

Adfiz

MAGAZINE

2021
17

‘Familiebedrijven zijn
de grootste werkgever
van Nederland’

Albert Jan Thomassen, FBNeD

‘Als je teveel focust op
de nalatenschap, ga je
verkrampen’

Alex van Hooff, Burgers’Zoo

Adfiz wil gerichte
aandacht voor
groeiend aantal
vacatures

A green John Deere tractor is shown in a field of green crops. Two people are on the tractor: a man in a dark jacket and a woman in a red jacket. The tractor is moving through the field, and its large tires are visible. The background shows a clear blue sky with some clouds.

FAMILIE- BEDRIJVEN

Beter voor later.

Wij zijn er trots op dat we door de Vereniging van Beleggers voor Duurzame Ontwikkeling (VBDO) weer zijn uitgeroepen tot de meest duurzame verzekeraar van Nederland. Een mooie toekomst voor onze klanten kan immers niet zonder een mooie wereld.





Voorwoord

De kans krijgen (en grijpen) om samen met je zus het bedrijf van je ouders over te nemen en voort te zetten, is machtig mooi; ik weet er alles van. Het geeft veel voldoening om samen het geesteskind van je ouders met eigen en nieuwe inzichten een ander tijdperk in te loodsen en te horen dat je ouders trots zijn op de manier waarop hun kinderen dat doen. Een familiebedrijf voortzetten heeft heel veel mooie kanten.

Een familiebedrijf voortzetten is ook continu hard werken. En dan doel ik niet alleen op zorgen dat het bedrijf goed draait, klanten en medewerkers tevreden zijn en aan alle wet- en regelgeving wordt voldaan, maar ook op het onderhouden van de familiebanden. Zeker binnen een familiebedrijf is het belangrijk dat instappen met volle overtuiging gebeurt en een eigen keuze is. Daarnaast is het belangrijk dat er duidelijkheid is over de verwachtingen die je van elkaar hebt, dat kleine irritaties en frustraties snel herkend, benoemd en uitgepraat worden. Maar ook dat - zoals in onze situatie het geval was - het besluit om het familiebedrijf te verkopen een gezamenlijke beslissing is. En als het dan lukt om naast het runnen van het bedrijf, al die verschillende bordjes hoog te houden, is hetgeen je ervoor terugkrijgt het allemaal dubbel en dwars waard.

Ik wens je veel leesplezier met dit nieuwe Adfiz Magazine met als thema *Familiebedrijven*.

Roger van der Linden - voorzitter Adfiz

COLOFON

2021 #17

Meer waarde met Adfiz

Belangenbehartiging Kennis Kwaliteit

Uitgever: Adfiz

Contactgegevens: Stadsring 201, 3817 BA Amersfoort,
Postbus 235, 3800 AE Amersfoort,
033 - 46 43 464, info@adfiz.nl

Redactie: Adfiz en Bureau Bax, www.bureaubax.nl

Eindredactie en coördinatie: Bureau Bax

Aan dit nummer werkten mee: Loraine Bodewes,
Wilco van Dijen, Bas Haring, Eric Kampherbeek, Sanna Leupen,
Liesbeth Vijfvinkel, Rico Vogels, Eric Willemsen

Cover modellen: Stefan en Finn van Woerden

Met dank aan: Van Woerden Flevo

Cover fotografie: Eric Kampherbeek



Oplage magazine: 1.500 (controlled circulation)

Acquisitie: Elma Media B.V. (Silvèr Snoek: s.snoek@elma.nl)

Grafische vormgeving en druk: Elma Media B.V.

Marktvizie: Deze pagina's vallen niet onder de verantwoordelijkheid van de redactie.
Rechten: Niets uit deze uitgave mag geheel of gedeeltelijk worden overgenomen
zonder schriftelijke toestemming en bronvermelding van de uitgever.

Familie- bedrijven

- 1** | 'Familiebedrijf is continu hard werken'
Voorwoord Roger van der Linden
- 4** | Patrick Heuts helpt klant met ondergelopen huis
Voor de klant
- 6** | Zo vader zo zoon, of toch niet?
Achtergrond over bedrijfsopvolging
- 11** | Infographic
- 12** | 'Het belang van familiebedrijven is groot'
Interview Albert-Jan Thomassen van FBNet
- 17** | 'Hoezo is een familiebedrijf bijzonder?'
Column Bas Haring
- 20** | 'Ik heb nooit druk gevoeld'
Alex van Hooff, directeur van familiebedrijf Burger's Zoo
- 26** | 'Voorsorteren op het omscholen van medewerkers: van administratief naar commercieel, is belangrijk!'
Discussie
- 28** | Aandacht voor toenemend aantal vacatures
Visie
- 30** | 'Geen quick-wins voor familiebedrijf'
Praktijk
- 34** | 'Minder verzuim met RI&E'
Interview Heidi Boussen, ministerie Sociale Zaken en Werkgelegenheid
- 36** | 'Ik ben een rupsje-nooit-genoeg'
Barbara Stoopman kijkt in de Spiegel
- 39** | Uitgelicht
Nieuws en ledenvoordeel





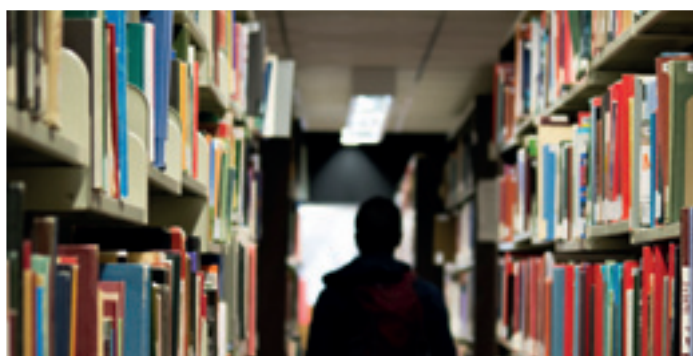
**'IK WIL DAT BURGERS' ZOO
NOG ZEKER 108 JAAR BESTAAT'**

20



**'RI&E EEN PLEK GEVEN
IN ADVIESGESPREK'**

34



**28 OMSCHOLEN MET
SUBSIDIE VAN DE
OVERHEID**



OP BEZOEK BIJ ARGOWIL

30



**36 'TROUTS OP NOUVEAU
CONSULTANCY'**



‘Het had ook anders kunnen lopen’

Tekst Sébastien Wulms
Beeld Loraine Bodewes

Stel je voor: nog nagenietend van het avondeten word je opgeschrikt door een denderend geraas. Voor je goed en wel bekomen bent van de schrik staat het water binnenshuis een meter zestig hoog en overstroomt je zorgvuldig gerenoveerde, monumentale watermolen met modder en slib. Een klant van Patrick Heuts van Zekerheuts uit het Limburgse Nuth, overkwam het.

“Op 13 juli iets voor achten ‘s avonds belde ze me”, vertelt Heuts. “Paniek, schrik en totale ontredde klonken door in haar stem. Een hoger gelegen waterbuffer had het begeven en zeventuizend à achtduizend kubieke meter water had de oude molen overspoeld. De ravage was enorm.” De schadeafdeling van zijn kantoor, die paraat stond om klanten te helpen, schakelde direct schade-expert John Habets in van de Elberg Groep. Heuts: “Iemand waar wij al jaren mee samenwerken en op wiens expertise ik volledig vertrouw. John is direct naar de watermolen gereden om de klant gerust te stellen en schoonmaak en herstel in gang te zetten. ‘s Nachts om drie uur is hij pas weer vertrokken.”

De volgende ochtend was Heuts al vroeg bij zijn klant: “Het water was inmiddels weggepompt, maar er lag nog steeds een laag van dertig tot veertig centimeter modder en de stank was enorm. Wij zijn meteen gaan bellen met onder andere gemeente en verzekeraar. De gemeente toonde zich van zijn beste kant door schoonmaak en opruimwerkzaamheden van de buitenterreinen te regelen. En verzekeraar NN bevestigde binnen een dag dat de schade aan de opstal en inboedel gedekt was en gaf me carte blanche om te doen wat nodig was. Toen ik haar dit nieuws bracht, voelde ik de opluchting; dáár hoefde ze zich niet meer druk om te maken. Later vertelde ze me hoe dankbaar ze was voor de wijze waarop en de snelheid waarmee we dit samen hebben opgepakt. En voor het feit dat we haar de juiste verzekering met een goede dekking hebben geadviseerd. Want dat het ook anders had kunnen lopen, is wel gebleken.”



Zo vader, zo zoon? Zo simpel is bedrijfs- opvolging niet

Tekst Eric Willemsen
Beeld Sanna Leupen

Vrijwel ieder familiebedrijf krijgt ermee te maken: bedrijfsopvolging. Het oude adagium ‘de zoon neemt de zaak over’ geldt tegenwoordig lang niet altijd meer. Wat komt er kijken bij een bedrijfsopvolging, wat zijn de valkuilen, hoe regel je het goed? In gesprek met PwC partner Niels Govers, die al een kwart eeuw lang familiebedrijven begeleidt bij de overdracht aan de volgende generatie.

Van oudsher vormen familiebedrijven het leeuwendeel van het Nederlandse ondernemingslandschap. Uit cijfers die het CBS eind 2020 publiceerde, blijkt dat 69 procent van de bedrijven en instellingen met twee tot vijftig werkzame personen een familiebedrijf is.

Doorgaans heeft zo'n familiebedrijf een aantal specifieke kenmerken. In veel gevallen is de ondernemingsfocus meer op de lange termijn gericht dan bij andere bedrijven, en vertonen medewerkers een bovengemiddelde betrokkenheid. Ook thema's als duurzaamheid spelen vaak een prominente rol. Zo zegt 68,9 procent van de directies van familiebedrijven bereid te zijn met minder dividend genoeg te nemen als het geld wordt geïnvesteerd in duurzame projecten, blijkt uit recent onderzoek van Nyenrode Business Universiteit en consultant RSM.

Kenmerkend is ook dat bedrijfsopvolging meestal een heet hangijzer is. Dat een bedrijf binnen de familie blijft als de huidige eigenaar met pensioen gaat, stond vroeger zelden ter discussie. ‘De zoon neemt de zaak over’ – inderdaad: de zoon, want zo hoorde dat nu eenmaal – was in de naoorlogse tijd nog decennialang het adagium.

Anno 2021 is dat nog steeds een gebruikelijke constructie, maar vanzelfsprekend is dat zeker niet meer. Automatismen bij de opvolging in familiebedrijven zijn een zeldzaamheid geworden. Maatwerk is gevraagd, omdat de formele regelgeving aan de ene kant en de familie achter het bedrijf – zowel de terugtrekkende eigenaar als de aanstaande opvolger – de nodige aandacht in het proces verdienen. En dat kost tijd.

‘Als je
het goed
doet, ben
je gauw
vijf jaar
bezig’

“Vijf jaar”, antwoordt Niels Govers op de vraag hoe lang een gemiddeld traject van bedrijfsopvolging bij een familiebedrijf duurt.

Kijk je alleen naar de formele overdracht, dan zou Govers maar een handvol weken nodig hebben.

“Als je het goed wilt doen qua voorbereiding en uitfasering, ben je al snel vijf jaar bezig. De bedrijfsopvolging op zichzelf – juridisch, fiscaal, notarieel – is natuurlijk binnen een paar maanden afgewerkt. Maar een goede bedrijfsopvolging is de resultante van een proces.”

Govers kan het weten. Hij is al sinds 1995 gespecialiseerd in dit vakgebied. Studeerde fiscale economie in Tilburg en family business enterprise in Chicago. Werkte als familiebedrijvenadviseur voor Witlox Van den Boomen in Waalre, was partner bij Family Office Clavis en Den Bosch, en trad in 2018 als partner in dienst bij PwC, waar hij verantwoordelijk is voor de landelijke Business Family tak. Ook is hij verbonden aan het Tilburg Institute for Family Business, een multidisciplinair researchinstituut van de universiteit in Tilburg.

“Mij intrigeren de families achter de bedrijven. Ik zeg vaak dat fiscaliteit niet leidend is, ondanks het feit ik fiscaal adviseer. Ik doe veel rond de Bedrijfsopvolgingsregeling (BOR), dat is echt fiscaal-inhoudelijk, maar daarnaast ook veel opvolgingstrajecten.”

Zo begeleidt en coacht Govers zowel de huidige als de toekomstige generatie in een familiebedrijf, traint hij veel Raden van Commissarissen van familiebedrijven, en werkt hij met single family offices van vermogende families, waarbij bijkomende aspecten als veiligheid en transparantie een rol spelen.

In alle gevallen ontstaat zijn advisering de formaliteiten van de BOR.

“Je moet met name kijken naar waar dat bedrijf naartoe gaat, waar die familie naartoe gaat. Wil en kan de volgende generatie? En als die nou wel wil maar niet kan: wat kun je dan in een vroegtijdig stadium doen om die kinderen klaar te maken om dat bedrijf te gaan leiden?” Een gebrekkige voorbereiding van de overdracht kan niet alleen fataal zijn voor het bedrijf, maar ook desastreus voor de familie. De huidige eigenaar moet veel emotionele aspecten onder ogen zien in het hele traject. Wie van mijn kinderen wil? Is een buitenstaander misschien beter gekwalificeerd? Is het niet beter als ik de zaak extern verkoop?

‘Ik wil hem niet voor de voeten lopen’

Een naamswijziging was niet nodig. Maar ook voor het overige heeft de bedrijfsopvolging bij Henk Mulderij Financieel Advieskantoor in Hoogeveen zich zonder ingrijpende veranderingen voltrokken. Henk Mulderij senior, die het bedrijf in 2003 startte, vertelt hoe hij zijn kantoor met 13 personeelsleden stapsgewijs heeft overgedragen aan een van zijn vier kinderen, zoon Henk junior.

“Toen Henk nog op het VWO zat, begon hij al op kantoor vakantiewerk te doen. Hij is meegegroeid met het bedrijf. Henk heeft Financial Service & Management gestudeerd en kreeg een eerste baan bij de Rabobank. Een jaar of twee later heb ik hem gevraagd of hij bij mij in dienst wilde komen.”

“De ideeën van mijn voormalige compagnon en mij verschilden dusdanig dat wij een jaar of tien geleden uit elkaar gegaan zijn. Met junior was dat gewoon heel anders, we konden samen optrekken en hadden ideeën waar we beiden achter stonden. Vanaf 2015 hebben we de opvolging gericht voorbereid. Hij heeft in vier stappen het kantoor overgenomen: van 2016 tot 2019, ieder jaar 25 procent.”

“Het kon niet zo zijn dat Henk het voor een prikje kon overnemen, het is ook een stukje oudedagsvoorziening voor mij. Daarom lieten we een taxateur komen die gespecialiseerd is op het gebied van verzekeringsportefeuilles. De taxatiewaarde is ook de prijs die Henk ervoor betaald heeft.”

“Vanaf het moment dat wij de afspraak hadden gemaakt dat Henk het bedrijf wilde voorzetten, heb ik een beetje de teugels uit handen gegeven. Ik wilde hem beslist niet voor de voeten lopen. Kijk, je kunt alles op de oude manier blijven doen, maar dat is niet altijd de beste manier. Ik leg me daarbij neer. Hij moet de kar nu trekken.”

“Ik werk er zelf nog steeds, vier dagen in de week. In eerste instantie wilde ik in april 2023 stoppen, dan hoop ik 63 te zijn. Maar zolang ik Henk niet heel erg voor de voeten loop, ga ik misschien nog wel langer door.”

‘Wie van mijn kinderen wil?’

Govers werkt met de vier fases van de *family life cycle*, zoals die door de Australische wetenschappers Ken Moores en Mary Barrett in 2002 werden onderzocht en beschreven in *Learning Family Business: Paradoxes and Pathways*, als leidraad voor veel bedrijfsopvolgingen:

- *Learning business*: kinderen worden al op jonge leeftijd – als teenagers – bij het bedrijf betrokken, bijvoorbeeld als vakantiewerkers, om af te tasten of opvolging op termijn iets voor ze zou kunnen zijn, maar zij zullen tijdens en na hun studie zeker ook extern kennis en ervaring moeten opdoen;
- *Learning the family business*: met een rugzak vol ervaring van elders keren de kinderen terug en stromen in het familiebedrijf in, waarbij functie en salaris, zoals bij ‘normale’ medewerkers, op basis van hun kwaliteiten en niet op grond van hun familielidmaatschap worden bepaald;
- *Learning to lead the family business*: een tijdrovende fase, waarin de beoogd opvolger zich hogere managementvaardigheden toeëigent – onder grote druk van de familie als mogelijk ook van andere medewerkers, die de carrièrestappen van ‘de zoon van’ of ‘de dochter van’ met argusogen volgen;
- *Learning to let go*: terwijl de opvolger naar zijn



nieuwe rol toegroeit, moet de huidige eigenaar leren om controle over te dragen, om wellicht in een adviserende rol te kruipen, en om de opvolger kansen te geven, waarbij het besef dat iemand anders ook best in staat is het bedrijf te runnen, vaak maar moeilijk wil doordringen.

Volgens Govers wordt juist de vierde fase vaak onderschat – ten onrechte. “In de praktijk wordt veel aandacht besteed aan de opvolger, maar ik vind dat je ook heel veel aandacht moet besteden aan degene die het achterlaat. Die verdient het ook om op een goede manier van waarde te blijven zijn, maar uiteindelijk moet hij wel weg.” In een studie naar oudere familiebedrijven, dat het Erasmus Centre for Family Business in 2020 publiceerde, wordt het voorkomen van een generatiekloof bij de opvolging als een van de zeven voorwaarden voor de vitaliteit van die bedrijven gezien, indien bestuurlijk talent uit de jonge generatie goed wordt opgeleid, alle ins en outs van de onderneming leert, en daarna het vertrouwen krijgt.

Opvolging bij familiebedrijven blijft een dynamisch vakgebied. Naast demografische ontwikkelingen, zoals het teruglopend aantal geboortes, vormen ook maatschappelijke veranderingen een mogelijk complicerende factor.

‘Private equity is een oplossing die aan populariteit wint’



‘In een familiebedrijf gaat de opvolging organisch’

In 2019 trad oprichter Jan Veldsink na veertig jaar terug als directeur van Veldsink Advies in Nuenen. In de jaren daarvoor had hij de overdracht al goed voorbereid. Dochter Jeannette Veldsink vertelt hoe zij en haar broer Henri het stokje hebben overgenomen bij het familiebedrijf, dat inmiddels 59 vestigingen door heel Nederland telt.

“In een familiebedrijf gaat de opvolging organisch. We ondernemen al jaren samen maar hebben ook eigen verantwoordelijkheden. ‘Ons pa’ en Henri doen samen de overnames maar door de groei is daar ook een heel team omheen ontstaan. De overdracht is dus een hele natuurlijke transitie geweest van jaren.”

“De opvolging is zo goed gegaan omdat mijn vader ons de ruimte heeft gegeven om onszelf als ondernemer te ontwikkelen. De groei van het bedrijf heeft daarbij geholpen. Wij moesten meegroeien en hebben dat ook ingevuld.”

“De appel valt niet zo ver van de boom: zowel Henri als ik leg de lat altijd hoog, een eigenschap die in ons zit en ongetwijfeld door onze ouders gecultiveerd is. Die druk leg ik mezelf dus al op en daardoor voelt het niet alsof mijn vader dat doet.”

“Alles staat bij ons in het teken van het familiebedrijf en dat stopt nooit. We zien het ook niet als werk. Dat wil niet zeggen dat we geen tijd voor onze gezinnen maken – de kinderen eisen hun aandacht terecht op. In ons hoofd zijn we altijd bezig met de zaak en als we elkaar zien dan ben je snel geneigd om de ideeën te bespreken. Dat maakt het ook heel leuk. Gelukkig hebben we ook heel veel collega’s die met eenzelfde passie altijd klaar staan. Misschien gaat het bij ons als ondernemer nog een stukje verder maar de betrokkenheid in ons bedrijf is groot.”

“Vroeger, of je nou wilde of niet, rolde je er gewoon in en veel mensen durfden geen ‘nee’ te zeggen tegen hun ouders”, zegt Govers. “Die vanzelfsprekendheid is er niet meer. Willen de kinderen wel? Kiezen ze misschien een andere work-life-balance en willen ze niet 24/7 werken – wat ik overigens een goede ontwikkeling vind.”

Maar indien de volgende generatie het stokje niet overneemt, wat dan? Private equity is een oplossing die aan populariteit wint, hoewel ook veel familiebedrijven er (nog) niet aan willen. “Die denken: private equity, die komen binnenfietsen, saneren de hele boel, en verkopen met winst door. Maar dat is een vrij beperkte blik op private equity,” zegt Govers. “Ik vind dat private equity wel degelijk iets kan brengen qua tussenpaus, qua opvolging, qua professionaliseren van het bedrijf. Ook daar is een hele dynamiek aan het ontstaan.”



Samen tot het beste advies komen voor jouw klanten?

Wij staan onze leden graag bij. Niet alleen met onze verzekeringsproducten, maar ook met speciale dienstverlening zoals Nabestaanden-zorg en de VoorelkaarDesk. Zo kunnen ze altijd op ons rekenen voor praktische hulp en financiële zekerheid. Spreekt dit jou aan en wil jij als onafhankelijk financieel adviseur met ons samenwerken?

Benieuwd naar een samenwerking met ons?

Ontdek op www.dela.nl/intermediair wat we voor elkaar kunnen betekenen.

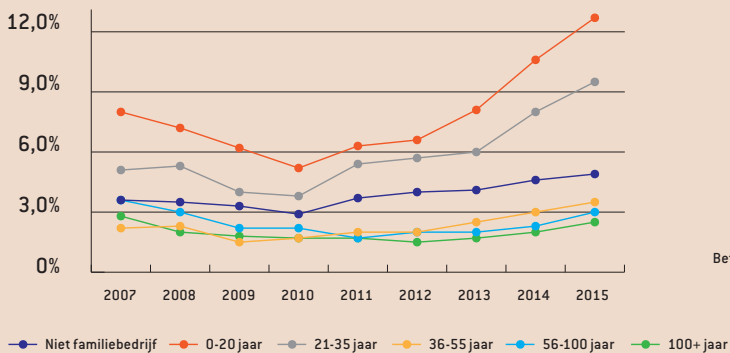
DELA
voor elkaar

Kenmerken van familiebedrijven

Aandachtspunten en advieskansen

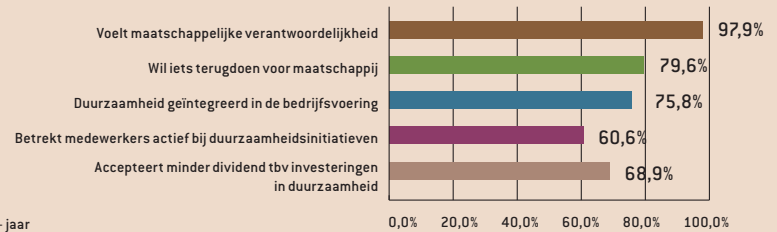
INNOVATIE

Jonge familiebedrijven investeren tot 2,5 keer zoveel in onderzoek en ontwikkeling. Die innovatiedrang neemt met de jaren wel aanzienlijk af.



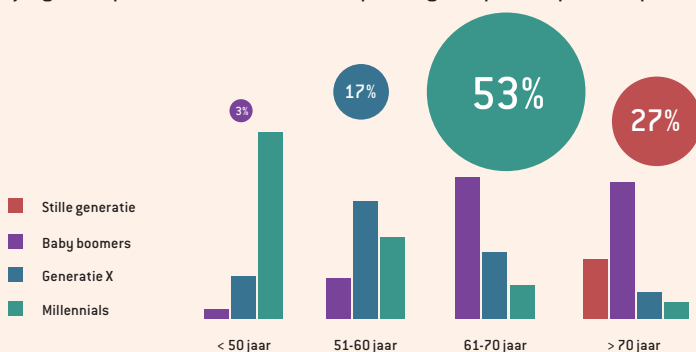
DUURZAAMHEID

Familiebedrijven investeren in duurzaamheid omdat zij verantwoordelijkheid voelen voor de toekomstige generaties. Anders dan bij niet-familiebedrijven laten ze zich minder leiden door externe factoren als financiers, wetgeving of concurrentie.



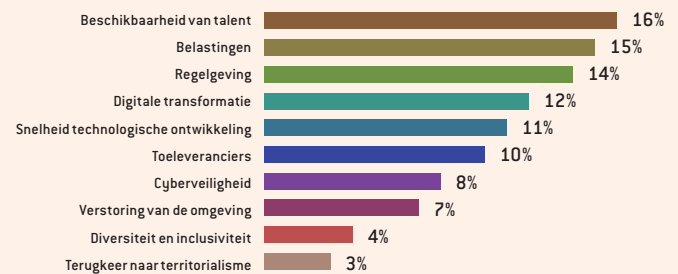
PENSIOEN

Internationaal willen jongere generaties CEO's van familiebedrijven steeds jonger met pensioen. Toch heeft in Europa 58% geen specifiek pensioenplan.



UITDAGINGEN

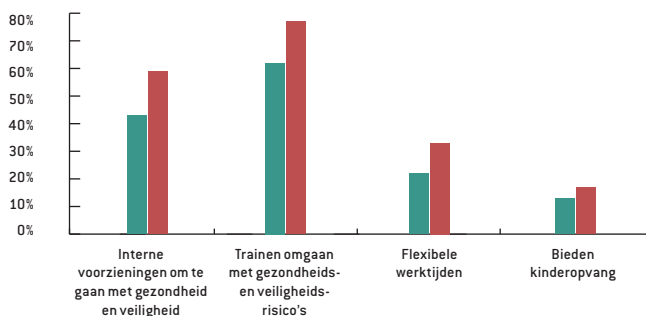
Familiebedrijven maken zich relatief nog beperkt zorgen over cyberrisico's, verstoring van de omgeving. Het aantrekken van talent en meegaan met de snelle technologische ontwikkeling staat hoger op hun agenda.



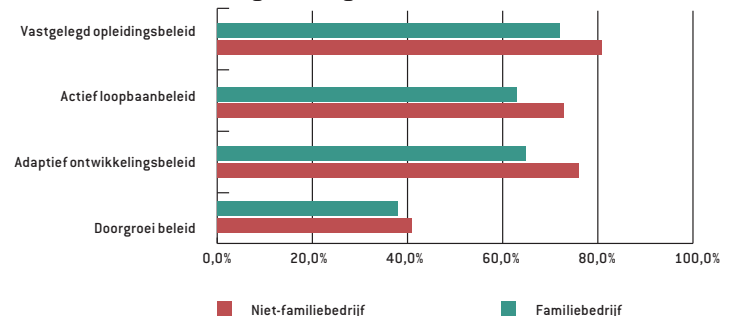
WERKGEVERSCHAP

Het werken bij een familiebedrijf heeft een gezellig en knus imago, waar wederkerige loyaliteit hoog op de agenda staat. Toch zijn voorzieningen voor gezondheidsbeleid, balans werk/privé, groei en ontwikkeling bij familiebedrijven minder goed gefaciliteerd.

Personeel: Gezondheid - Balans werk/privé



Personeel: Ontwikkeling en doorgroeien





‘Familiebedrijven zijn de grootste werkgever van Nederland’

Tekst Eric Willemsen
Beeld Eric Kampherbeek

Het belang van familiebedrijven voor het ondernemingslandschap wordt vaak onderschat, ook in politiek Den Haag. Branchevereniging Familie Bedrijven Nederland (FBNed) zet zich al decennialang in om dat beeld te veranderen. Met succes, maar er blijft genoeg werk aan de winkel, constateert FBNed-directeur Albert Jan Thomassen: “Familiebedrijven worden gemengd tussen het start-up troetelen en het corporate bashing.”

Wat maakt de positie van familiebedrijven in het ondernemerslandschap bijzonder?

“Ongeveer zestig procent van alle bedrijven met werknemers is een familiebedrijf. Ze zijn goed voor dertig procent van de binnenlandse werkgelegenheid en ook voor ongeveer dertig procent van het bruto binnenlands product. Ik zeg wel eens: familiebedrijven zijn de grootste werkgever van Nederland. Daarnaast zie je dat familiebedrijven een belangrijke rol spelen in een regio. Ze zorgen daar niet alleen voor werkgelegenheid maar zijn ook ondersteunend voor de lokale gemeenschap. Ik was onlangs bij een familiebedrijf dat alle sportclubs in dat dorp ondersteunt.”

Is het niet apart dat FBNed op familiebedrijven focust? Meestal richt een branchevereniging zich op een specifieke sector.

“Dat klopt. Maar familiebedrijven zijn anders dan andere bedrijven: Ze zijn gericht op de lange termijn, de zichtbare aandeelhouder, mensen weten voor wie ze werken, er vindt vaak snelle besluitvorming plaats. Brancheverenigingen pakken dat meestal niet op. Je ziet ook dat familiebedrijven vaak anders omgaan met thema's als duurzaamheid, innovatie en werkgeverschap. Natuurlijk moet er bij familiebedrijven winst worden gemaakt, maar het gaat meestal niet om maximalisatie maar om een toereikende winst om de continuïteit te waarborgen en te kunnen blijven vernieuwen.”

‘Nederland is niet meer zo’n sterk innovatieland’

In april stuurde u een open brief aan informateur Tjeenk Willink met aanbevelingen voor een goed ondernemersklimaat voor familiebedrijven. Wat zijn op dit moment de drie belangrijkste thema's waarvoor u in politiek Den Haag aandacht vraagt?

“Topprioriteit heeft het behoud van goede bedrijfsopvolgingsregelingen en het oplossen van knelpunten daarin. Verder de privacy van eigenaren, dan gaat het om het UBO-register: iedere ondernemer moet voor eind maart volgend jaar hebben aangegeven wie uiteindelijk de belanghebbenden zijn van een vennootschap. Ons probleem is niet zozeer dat dat register wordt opgezet, maar dat straks jan en alleman het kan raadplegen. Dan kan het voor andere doeleinden gebruikt worden dan waarvoor het register is opgezet, namelijk fraudebestrijding. Tot slot het zorgen dat er een goed innovatie-ecosysteem blijft. Familiebedrijven zullen hun hoofdkantoor niet gauw verplaatsen, maar dan moet er wel een goed ondernemersklimaat blijven. Je ziet dat Nederland, als het gaat om R&D, achterblijft en niet meer zo’n sterk innovatieland is als het jarenlang was.”

Waaruit blijkt dat?

“Het World Economic Forum publiceert jaarlijks een landenindex. Dan gaat het niet alleen om goed innovatiebeleid van de overheid, maar ook om het versterken van wetenschappelijk onderzoek op topniveau.”



Werknemers doen zichzelf tekort bij ontslag!

Maar liefst 30% van de Nederlanders met een betaalde baan is onbekend met het recht op een transitievergoeding, een financiële compensatie bij ontslag. Ook niet iedereen schakelt juridische hulp in, terwijl het juist voor een werknemer van groot belang is om zich goed te laten informeren en te weten wat zijn/haar rechten zijn.

ARAG biedt zowel verzekerden als niet verzekerden hulp bij ontslag. Met onze RechtCheck Werk en Inkomen krijgen uw klanten eenvoudig inzicht in hun rechten en plichten bij ontslag. Zijn ze met de juiste module verzekerd bij ARAG, dan helpen onze gespecialiseerde juristen ze graag verder. En ook als uw klant niet (voor de juiste module) verzekerd is, kunnen wij on demand juridische hulp bieden. Kijk voor meer informatie over onze mogelijkheden op www.arag.nl.

Met ARAG kun je op het recht vertrouwen!

ARAG

juridisch
probleemoplossers

Dat is toch de voeding voor lange termijn-innovatie. We horen veel van onze leden zeggen dat ze voor hun eigen innovaties niet meer zo makkelijk terecht kunnen in Nederland en dat ze gaan samenwerken met buitenlandse universiteiten. Uiteindelijk is dat een ongewenste ontwikkeling.”

Vechten voor een fiscaal gelijke behandeling van eigen en vreemd vermogen staat ook al lang op jullie agenda.

“Daar zijn we al meer dan tien jaar mee bezig. De kosten van eigen vermogen zijn niet aftrekbaar voor bedrijven. Familiebedrijven zijn over het algemeen conservatiever gefinancierd, doen meer met eigen vermogen, en worden dus als het ware gestraft omdat ze er vooral eigen geld in stoppen. Terwijl we bij de vorige crisis juist hebben gezien wat er gebeurt als bedrijven te veel schulden op zich nemen.”

Staat politiek Den Haag open voor jullie lobbywerk?

“In de Tweede Kamer is weinig besef voor hoe belangrijk familiebedrijven zijn. Familiebedrijven worden gemangeld tussen het start-up troetelen en het corporate bashing. Bij veel Kamerleden ontbreekt het besef van wat het betekent als je je eigen geld in een bedrijf hebt gestopt. Gelukkig begint de Kamer er een beetje meer voor open te staan. Nu staat het op de agenda omdat er een Initiatiefnota Familiebedrijven is ingediend door Tweede Kamerlid Hilde Palland. Daar zijn we heel blij mee, maar het heeft dus wel een hele tijd geduurd.”

Staat uw lobbywerk de laatste tijd veel in het teken van de gevolgen van de coronacrisis?

“Niet direct. Dat is typisch een vraagstuk waarmee alle bedrijven in Nederland te maken hebben, vaak heel branche-specifiek: de horeca is heel anders getroffen dan de voedingsmiddelenindustrie die aan supermarkten levert. Dat pakken andere ondernemingsorganisaties prima op. Natuurlijk worden we geraadpleegd en werken we samen, bijvoorbeeld met VNO-NCW en MKB-Nederland. We geven dingen door die wij van onze leden horen, maar zij pakken dat dan actief op.”

Wat vindt u terugkijkend bij uitstek een succesvolle lobby van FBNet?

“Een jaar of tien geleden hebben wij ons sterk gemaakt voor de bedrijfsopvolgingsregeling (BOR), en dat is toen gelukt.”

Waarom is die BOR zo belangrijk voor familiebedrijven?

“Als je het bedrijf overdraagt aan je kinderen, hetzij via vererving, hetzij via schenking, dan betaal je normaal gesproken schenk- en erfbelasting. De BOR bepaalt dat voor het ondernemingsvermogen, dus de aandelen van het bedrijf, een korting geldt op de schenk- en erfbelasting. Bij de meeste familiebedrijven zit het grootste deel van het familiekapitaal vast in het bedrijf. Een belastingaanslag van twintig procent over de waarde van het bedrijf zouden veel familiebedrijven daarom niet kunnen betalen. Dus die regeling is ervoor

bedoeld om bij een overdracht de continuïteit van het bedrijf niet onder druk te zetten.”

Maar, aan die regeling wordt gemorrelt?

“Inderdaad, in de Bouwstenennotitie van het ministerie van Financiën van vorig jaar staat dat de BOR afgeschaft dan wel versoberd zou kunnen worden. En alle politieke partijen gebruiken die notitie als input voor hun verkiezingsprogramma's. Er was ook een onderzoek van het CPB, dat dit soort suggesties wekt.”

Hoe reageert FBNet daar dan op?

“Je kijkt: hoe hebben ze het onderbouwd, wat zijn de argumenten? En aan de andere kant: welke signalen vangen wij op van de familiebedrijven zelf? De notitie was gebaseerd op een intern onderzoek van het ministerie van Financiën. Daarin werd een aantal aannames gedaan die volgens ons niet kloppen. Samen met de Stichting Familieonderneming hebben wij KPMG gevraagd een onderzoek te doen naar wat er gebeurt als de BOR wordt afgeschaft. Daar kwam een veel negatiever beeld uit dan uit het onderzoek van het ministerie: ongeveer een kwart van de familiebedrijven vreest dat ze op termijn gedwongen zouden moeten verkopen. De regeling brengt voor de staat jaarlijks 400 miljoen euro minder belasting in de schatkist. Maar afschaffing van de regeling, zo heeft KPMG berekend, kost de staat jaarlijks 400 miljoen aan andere gemiste belastingopbrengsten. Dus per saldo levert het niets op. En dan is er nog niet eens gekeken naar de werkloosheid die kan ontstaan: in het middenbedrijf zijn de meeste kopers buitenlandse partijen, die heel makkelijk kunnen besluiten om productie naar het buitenland te verplaatsen.”

Over buitenland gesproken: in Brussel werken jullie samen met zusterverenigingen van andere EU-lidstaten. Waar staat Nederland qua familiebedrijven in vergelijking met andere Europese landen?

“In de meeste lidstaten is tussen zeventig en tachtig procent van de bedrijven een familiebedrijf, in Zuid-Europa iets hoger dan in Noord-Europa. De vragen die daar spelen zijn vergelijkbaar met hier. Finland en Spanje zijn twee landen waar wij veel naar kijken. In Finland bijvoorbeeld is veel meer aandacht voor eigenaren van familiebedrijven en zij trekken ook meer samen op met de vakbond. Dat zijn dingen waar wij van kunnen leren.”

FBNet

FamilieBedrijven Nederland (fbned.nl) is een netwerk voor families die eigenaar zijn van een familiebedrijf en brengt generaties samen, met als doel: inspireren, ontwikkelen en van elkaar leren. FBNet treedt op als belangenbehartiger van familiebedrijven in Nederland en werkt in Europa samen in de EFB (European Family Businesses). FBNet heeft 240 familiebedrijven als lid, tezamen goed voor zo'n 250.000 medewerkers. Directeur is sinds 2001 Albert Jan Thomassen.

Pannenkoeken voor minderbedeelde gezinnen - Heesch



IJs voor zorghelden - Wijchen



Steun aan Wensambulance - Utrecht



Lokale lekkernijen verzorgingstehuizen - Hattem



Samen betrokken

De Nh1816-filosofie gaat verder dan verzekeringen afsluiten en schade vergoeden.

Als coöperatieve verzekeraar geven wij, samen met adviseurs en verzekerden, kwetsbare mensen een extra steuntje in de rug in deze bijzondere tijd.

Bekijk alle Samen Betrokken initiatieven op www.nh1816.nl/samenbetrokken.

Nh1816
Verzekeringen



WINNAAR PARTICULIER
SCHADE



Voor de dochter van Amalia

Tekst: Bas Haring

Beeld: Heidi de Gier

Ik heb nooit begrepen waarom familiebedrijven iets bijzonders zouden zijn. Wat maakt het nou uit of een familie of iemand anders eigenaar is van een bedrijf? Het kwartje viel pas toen ik een paar jaar terug iemand sprak die werkte bij een kleine Nederlandse verfproducent. Het was net in de tijd dat een grote, op de beurs genoteerde Nederlandse speler, dreigde te worden overgenomen door een Amerikaans, nog groter verfbedrijf.

“God zij dank zijn wij niet beursgenoteerd,” zei de man met wie ik sprak. “Wij zijn gelukkig een familiebedrijf.” Ik begreep niet waarom dat iets zou uitmaken, maar toen vervolgde hij: “Wij vinden het belangrijk om iets aan duurzaamheid te doen. Dat vinden we gewoon. En als de consequentie dan wat minder rendement is, dan zij dat zo. Daar kiezen we dan voor. Een beursgenoteerd bedrijf kan dat niet. Die hebben in de regel eigenaars die simpelweg rendement willen op een relatief korte termijn. Helaas.” En toen begreep ik het. Een familiebedrijf heeft automatisch een wat langere termijnperspectief: Een familie bestaat immers langer dan slechts één generatie. Een gewone eigenaar wil rendement in zijn eigen leven, maar voor een familie is het rendement een aantal levens verder weg ook belangrijk. Dat is een fundamenteel verschil met een ‘gewoon’ of beursgenoteerd bedrijf, en eigenlijk heel mooi.

En plots begreep ik ook het koningshuis. Dat is ook te interpreteren als een familiebedrijf. Het koningshuis geeft een soort van garantie dat op z'n minst iemand een lange termijnperspectief voor Nederland heeft. Democratisch gekozen politici zouden Nederland best te grabbel kunnen gooien. Maar Willem-Alexander zal het toch jammer vinden wanneer de toekomstige dochter van Amalia niets meer heeft om met de scepter over te zwaaien. Die wil dat Nederland nog steeds iets is over een jaar of honderd.

Kortom: Ik begrijp tegenwoordig de fundamentele betekenis van het familiebedrijf. En als consequentie ben ik wat minder republikein.

Bas Haring

Bas Haring is filosoof en informaticus. Aan de universiteit van Leiden is hij bijzonder hoogleraar publiek begrip van wetenschap en oprichter van het masterprogramma media technologie van LIACS. Hij is daarnaast schrijver. Hij schreef onder meer *Kaas en de evolutietheorie*, *Voor een echt succesvol leven*, *Waarom cola duurer is dan melk* en *Why Biodiversity Loss is Not a Disaster*. Op televisie presenteerde hij voor de RVU de programma's *Stof*, *Haring* en *Wisebits*. Hij schrijft ook columns voor onder meer de Volkskrant.

Marco van Sint Annaland en
Richard Qaiser van HDI Global Specialty

“Wij verzekeren hele specifieke risico’s voor het mkb”

HDI Global Specialty, onderdeel van de HDI-familie, is nu twee jaar in Nederland gevestigd. “Met kennis van zaken over heel specifieke risico’s en een krachtig mandaat waardoor we snel kunnen schakelen, bieden we het intermediair meerwaarde.”

Aan het woord zijn Marco van Sint Annaland, Business Owner Financial Lines, en Richard Qaiser, Business Owner Niche Markets bij HDI Global Specialty. Qaiser: “Veel assurantiepersonen kennen HDI wel, maar weten niet dat er een verschil is tussen zusterbedrijf HDI Global en HDI Global Specialty. We zijn onderdeel van hetzelfde concern, maar wij focussen ons op het zakelijk verzekeren van specifieke risico’s in het mkb.” Qaiser vervolgt: “Wat ook echt anders is dan bij andere verzekeraars is dat we lokaal een sterk mandaat hebben dat maakt dat we in Nederland zelf onze beslissingen nemen. We kunnen dus snel, lokaal en met kennis acteren om een risico voor een adviseur en zijn of haar ondernemer onder te brengen. We hoeven niet, zoals andere verzekeraars, eerst goedkeuring vanuit het hoofdkantoor te krijgen.”



Bestuurders- en beroepsaansprakelijkheid

De naam Specialty zegt het daarbij al: het bedrijf acteert in specifieke verzekeringsgevallen. Aan de ene kant zijn dat beroeps- en bestuurdersaansprakelijkheidsverzekeringen. Aan de andere kant bijzondere niches zoals risico’s bij recalls, kidnap en afpersing, entertainment, juweliers, kunst, filmproducties en kunstgras. “Daar hebben we speciaal opgeleide medewerkers voor in dienst die met hun jarenlange ervaring in hun specifieke branche de risico’s goed weten in te schatten”, zegt Van Sint Annaland. Hij is zelf Business Owner van het onderdeel Financial Lines dat bestuurders- en beroepsaansprakelijkheid verzekert. “Dat is een tak van sport die we al ruim veertig jaar doen. Eerst onder de vlag van Nassau Verzekeringen dat is overgenomen door HDI. Diverse beroepsgroepen, zoals advocaten, assurantietussenpersonen, accountants en notarissen, moeten een beroepsaansprakelijkheidsverzekering hebben. Daarnaast zijn er nog talloze beroepsbeoefenaren voor wie een beroepsaansprakelijkheidsdekking nuttig en noodzakelijk is. Eigenlijk daar waar een derde financiële schade lijdt als gevolg van een verkeerd advies, vertaling of ontwerp van een verzekerde. Denk aan bijvoorbeeld consultants, IT’ers, architecten of interimmanagers. Deze verzekering is daarom anders dan de normale bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering en verzekert zuivere vermogensschade als gevolg van een beroepsfout. Vaak breiden wij de dekking ook uit. Voor medische

consultants verzekeren wij bijvoorbeeld zelfs personenschade ten gevolge van een fout. De bestuurdersaansprakelijkheidsverzekering speelt in op een trend waarbij bestuurders - van VvE's tot aan het mkb-ondernemingen en beursgenoteerde bedrijven - steeds vaker claims tegen moet kunnen zien als gevolg van hun handelen. "Of het nu terecht was of niet, je ziet je vaak wel geconfronteerd met zo'n claim. Het kan ook zijn als gevolg van het handelen van een collega-bestuurder omdat iemand een claim indient tegen het hele bestuur. Met onze verzekering dekken we dat risico af."

Niche markten

Qaiser is Business Owner van Niche Markets. "Die niches vergen ook heel veel expertise om het risico te kunnen onderbrengen. Per sector weten we wat het specifieke risico is en zit er een dedicated team klaar voor adviseurs en hun mkb-ondernemers. Met die teams houden we goed bij wat er in bepaalde markten gebeurt en komen met heel specifieke oplossingen. Bijvoorbeeld voor de evenementenbranche. Door corona zijn een aantal verzekeraars uit die markt gestapt. Wij zien daar nu juist weer een mooie kans. Het pandemierisico is daarbij uitgesloten, maar doordat er een garantiefonds is voor evenementen vinden wij het risico om evenementen te verzekeren toch te managen. Hierbij moet je denken aan een dekking voor onkosten, annulering, ongevallen,

slecht weer of voor schade aan materiaal. Gaat het evenement nu alsnog onverhoopt niet door, vanwege beperkingen door corona en heeft een bedrijf zich aangemeld bij het garantiefonds, dan geven we de premie in principe terug."

Drie pilaren

HDI Global Specialty baseert zijn strategie op drie pilaren. Qaiser: "Name-lijk trotse medewerkers, blijde klanten en gezonde groei. We streven er bij alles wat we doen naar om deze drie doelen te realiseren. Belangrijk om daarbij te noemen is dat we zowel single risks verzekeren als met volmachten opereren. Daarbij voorzien we het intermediair van specifieke kennis over de gebieden waarop we opereren. Zo kunnen zij hun mkb-klanten weer zo goed mogelijk helpen. Binnen de volmachten richten we ons ook op andere producten zoals de property- en casualty-markt." Intermediairs, bijvoorbeeld in de kunst, zoeken dan ook HDI Global Specialty op om de samenwerking in een niche aan te gaan. Van Sint Annaland: "Via die specialismen hebben we ook contact met veel in een bepaalde niche opererende assurantietussenpersonen, maar ook met brancheverenigingen."

"We zijn eigenlijk een start-up met een hele lange geschiedenis en dus veel ervaring", constateert Sint Annaland tot slot. "We hebben een lange, goede erfenis, om het zo te zeggen." Qaiser vult hem aan: "We hebben nooit meegewaaid met winden dat we ons terugtrokken uit een bepaald marktsegment of dat we ineens extreem lage premies of torenhoge premies vroegen. Het is ons streven om dat ook nooit te doen. We gaan voor een stabiele samenwerking met het intermediair en met mkb-ondernemers. Dat is ook de reden dat we flink zijn gegroeid in Nederland in de afgelopen jaren. We gaan voor de duurzame relatie en kiezen voor de lange termijn."

HDI Global Specialty ■



Marco links, Richard rechts





‘Iedere generatie brengt eigen ideeën en innovatie’

Tekst Liesbeth Vijfvinkel
Beeld Burgers' Zoo

Hij groeide op in de dierentuin die zijn overgrootvader oprichtte, toch voelde Alex van Hooff (50) nooit de druk om het stokje van het familiebedrijf over te moeten nemen. Hij is dankbaar dat hij zelf de beslissing kon nemen om dat uiteindelijk wel te doen. Ook nu hij samen met zijn vrouw de directie van Koninklijke Burgers' Zoo vormt, kiest hij zijn eigen pad. “Soms moet je iets afbreken om verder te kunnen bouwen.”

“Ik heb het nagevraagd bij jeugdvrienden: vroeger heb ik nooit gezegd dat ik het dierenpark zou overnemen. Maar ik heb me er ook nooit tegen afgezet”, begint Alex van Hooff zijn verhaal over het bijzondere bedrijf van zijn familie. “Ik ben in Burgers' Zoo opgegroeid en heb er vakantiewerk gedaan, maar vervolgens ben ik mijn eigen weg gegaan. Na de middelbare school ging ik economie studeren in Rotterdam, daarna heb ik in Amsterdam bij twee banken gewerkt.” Van Hooff herinnert zich dat er in zijn jeugd veel over het dierenpark gepraat werd, zonder dat het overnemen van het bedrijf ter sprake kwam. “Mijn ouders hebben veel met mij en mijn twee zussen besproken. Ze hebben de positieve dingen van het bedrijf laten zien en ook de mindere kanten. Maar nooit hebben ze aan ons gevraagd of we het bedrijf wilden overnemen. Daardoor heb ik altijd het gevoel gehad dat die keuze aan mij was. Daar ben ik mijn ouders heel dankbaar voor.”



Zoontje van de baas

“Na een aantal jaar werken besepte ik: als ik nog iets van mijn ouders wil leren, moet ik dat nu doen. Daarom heb ik in 1998 gevraagd of ik naar huis mocht komen.” Met zijn ouders spreekt Van Hooff af dat hij gaat meewerken in het bedrijf en dat ze die samenwerking na vijf jaar zullen evalueren. Zijn twee zussen werken inmiddels in de familiebedrijven van hun partners. Na de evaluatie in 2003 besluiten ze om samen – inmiddels ook met Van Hooff's vrouw Bertine Nusselder – de vierkoppige directie van het dierenpark te vormen. Als een jaar later zijn vader onverwacht overlijdt, komt de overname in een stroomversnelling. “In die periode was het heel fijn om terug te kunnen vallen op de medewerkers. Voor een groot deel zijn dat mensen die ik al lang ken, want heel wat mensen werken hier al dertig, veertig of zelfs vijftig jaar. Van het overgrote deel van het personeel kreeg ik vertrouwen, maar een aantal nam mij zeker niet gelijk serieus. Voor hen bleef ik ‘het zoontje van de baas’. Dat heb ik nooit erg gevonden, ik kan het me zelfs voorstellen. Ik werk nu samen met iemand die mijn luier nog verschoond heeft. Het zal voor haar – en al die anderen die mij al kenden toen ik jong was –

Over Koninklijke Burgers' Zoo

Burgers' Zoo is opgericht in 1913 door Johan Burgers, die zijn achtertuin openstelde voor publiek die zijn hobbyfazanten wilde bekijken. Al snel kwamen daar meer dieren bij en kocht Burgers een apart stuk grond voor zijn dieren. De dierentuin groeide en ging in 1943 over op zijn dochter, die het in de jaren '60 overdroeg aan haar zoon Antoon van Hooff. Onder zijn leiding werd het park een internationale trendsetter in de dierentuinwereld. Vooral de opening van de Burgers' Bush in 1988 was revolutionair. Dit overdekte tropische regenwoud van anderhalve hectare met daarin tientallen diersoorten en honderden tropische plantensoorten, werd al snel een inspiratie voor andere dierentuinen wereldwijd. Na het overlijden van Antoon van Hooff in 2004 namen zijn zoon Alex en diens vrouw Bertine de leiding van het familiebedrijf over.

best wennen zijn geweest toen ik in de directie kwam. Want ik ben niet perfect en natuurlijk heb ik vroeger kattenkwaad uitgehaald. Als zo'n koter dan aan het roer komt staan, heeft dat even tijd nodig.”

Generatiewissel

Zelf denkt Van Hooff dat een familiebedrijf meer voordelen heeft dan nadelen. De stabiliteit is een groot voordeel in een organisatie waarin veel met langetermijn-planningen wordt gewerkt. “Met de bouw van bijvoorbeeld Burgers' Ocean, een tropisch koraalrifaquarium met meer dan 8 miljoen liter water, zijn we tien jaar bezig geweest. Dan is het handig als er geen directiewisselingen zijn.” Tegelijkertijd geeft Van Hooff toe dat een generatiewissel in een familiebedrijf een uitdaging kan zijn. “Je moet van een ouder-kind-relatie naar een situatie waarin je als gelijkwaardige partners het bedrijf runt. Dat vergt heel wat, van beide partijen. Ouders moeten dan steeds een stapje verder opzij doen en verantwoordelijkheid durven geven aan hun kinderen. De jonge generatie zou niet te overmoedig moeten beginnen en zich vooral niet vergelijken met de generatie voor hen. Je kunt niet alles wat zij kunnen, want je mist veertig jaar ervaring. Daarom is het belangrijk dat je goed naar elkaar kijkt en overlegt.”

Vrij baan

In de geschiedenis van Burgers' Zoo is altijd veel aandacht geweest voor vernieuwing en bracht iedere nieuwe generatie zijn eigen ideeën mee. Dat daar ruimte voor was en is, is volgens Van Hooff een van de fundamenten onder het succesvolle bedrijf. “Met mijn ouders heb ik veel gesproken over de filosofie en de strategie van het bedrijf, maar er lag gelukkig geen masterplan klaar met daarin de toekomst van het bedrijf uitgestippeld. We bouwen veel op het park, dus al in mijn jeugd heb ik letterlijk gezien hoe je soms iets moet

‘Als je
teveel
focust
op de
nalaten-
schap,
ga je ver-
krampen’





afbreken om verder te kunnen bouwen. Dat mijn opa iets heeft neergezet, is geen reden om het te laten staan. Ik heb altijd het vertrouwen gevoeld dat ik vrij ben om aanpassingen te doen die bij de tijd passen." Van Hooff is trots op wat het familiebedrijf geworden is, helemaal nu het sinds 2013 het predicaat Koninklijk mag dragen. Toch is hij niet te vaak bezig met de historie. "Als je teveel focust op de nalatenschap, ga je verkrampen."

Elkaar scherp houden

Dat hij samen met zijn vrouw het familiebedrijf heeft overgenomen, was een bewuste keuze. "We hebben daar veel over gesproken samen. Bertine is opgegroeid op een melkveehouderij, ze was dus bekend met het runnen van een familiebedrijf en gewend om dieren in de achtertuin te hebben en daar 24 uur per dag verantwoordelijk voor te zijn. Bovendien studeerde ze rechten en deed ze de hogere hotelschool, die kennis is heel nuttig voor het bedrijf. Ik heb haar daar niet op uitgezocht, maar het maakte de keuze om er samen voor te gaan wel makkelijker." Nu ze samen de directie vormen, heeft ieder zijn eigen werkgebieden. Van Hooff-Nusselder is verantwoordelijk voor de juridische en HR-afdeling. De rest van het bedrijf valt onder de verantwoordelijkheid van Van Hooff. De kern van hun goede samenwerking is volgens Van Hooff dat ze veel overleggen en zich omringen met goede werknemers. "We zijn altijd op zoek naar mensen die beter zijn dan wij. Want als je de juiste mensen op de juiste plek zet en ze vervolgens veel vrijheid geeft, wordt het leven een stuk makkelijker." Werk en privé houden ze niet gescheiden en dat gaat meestal heel goed. "We praten veel over werk en hebben af en toe zeker discussies. Soms is Bertine heel kritisch en dat vind ik dan even ontzettend irritant, maar zo houden we elkaar wel scherp. Echt niet alles is perfect, maar tegelijkertijd denk ik heel vaak: wat een gave toke hebben we. Daarnaast is er ook niet te veel tijd om thuis over werk te praten, want we hebben

ook veel andere interesses en hobby's en drie gezonde kinderen waar veel tijd naartoe gaat."

Betrokken team

Ondanks dat zijn zussen het familiebedrijf niet overnamen, zijn ze nog steeds nauw betrokken. Ook met de vorige generatie is nog veel contact. "De broer van mijn vader geeft lezingen in het park, zijn zus heeft het hele archief opgezet en het jubileumboek geschreven." Van Hooff heeft dan ook allesbehalve het idee dat hij het zelf moet doen, mede dankzij de mensen die hij om zich heen verzameld heeft. "We hebben een raad van advies met mensen van buiten de familie en de dierenwereld. Samen met het managementteam en de ondernemingsraad vormen zij een heel goed klankbord. Ik waardeer hen heel erg, omdat juist ook in familiebedrijven een weerwoord heel belangrijk is. Zij kijken net op een andere manier en dat heb je nodig om nog beter te worden. Als je als directie van een familiebedrijf het idee hebt dat je alles zelf moet doen, denk ik dat je het zwaar hebt. Juist de medewerkers brengen onze organisatie zo veel verder."

Vooruitkijken

Als hij naar de toekomst kijkt, heeft Van Hooff twee duidelijke doelen voor ogen. "Ik wil dat Burgers' Zoo nog zeker 108 jaar bestaat en ik wil een grote bijdrage leveren aan natuurbescherming. Dat laatste doen we onder andere al dertig jaar met het beschermen van een kwetsbaar natuurgebied van 400 vierkante kilometer in Belize. Voor beide doelen zijn mensen nodig die daar volledig voor gaan. Of mijn kinderen dat willen, of kunnen, is aan hen. Het is voor mij belangrijk dat het goed gaat met mijn kinderen en dat het goed gaat met Burgers' Zoo. Dat kan bij elkaar komen, maar dat hoeft niet."

'Juist
in familie-
bedrijven
is een
weerwoord
heel
belangrijk'

DISCUSSIE

Nog altijd bestaat een op de zes functies bij advieskantoren vooral uit administratief werk. Verwacht wordt dat de meerderheid hiervan de komende vijf jaar – mede door digitalisering – zal veranderen in grotendeels commerciële functies. Het is daarom belangrijk om nu voor te sorteren op het omscholen van medewerkers: van administratief naar commercieel. Vier betrokkenen geven hun kijk op deze stelling.



Met andere ogen

“Ik heb weinig met computers, mijn hobby is het niet. Je mag mij gerust een digibeeet noemen. Maar zaken die met digitaal dataverkeer te maken hebben, vind ik wel belangrijk. Daarom is ons kantoor al vroeg aangehaakt en zijn de effecten van digitalisering duidelijk zichtbaar. De hoeveelheid administratief werk neemt jaarlijks af, terwijl onze omzet groeit. Een goede ontwikkeling, maar dat betekent dat als we niets doen onze parttime medewerker polisadministratie op afzienbare termijn volledig overbodig zal worden. Zij werkt 28,5 uur per week, dus zo’n 1.400 uur per jaar. Volgens opgave van Aplaza hebben wij door digitalisering in het afgelopen jaar 1.194 uur aan administratief werk bespaard. Je kunt denken: ‘Exit medewerker polisadministratie’, maar ik denk dat je daarmee het kind met het badwater weggooit. Want juist door haar administratieve taak heeft zij in het afgelopen jaar een schat aan ervaring en kennis over onze klanten opgedaan. Zij kent de kruisbestuiving van familie- en relatieverbanden in onze gehele portefeuille. Ze weet welk bedrijf van wie is en wie daar werkt en welk bedrijf er mee samenwerkt. Haar kennis over onze klanten is van onschatbare waarde. Klanten willen herkend en erkend worden, dat is de reden dat de klant kiest voor het onafhankelijke advieskantoor. Veel administratieve medewerkers hebben op dit moment niet de juiste diploma’s om te kunnen en te mogen adviseren. Het is daarom van groot belang om juist nu te investeren in omscholing voor de adviespraktijk. Zowel werkgever als werknemer zullen bereid moeten zijn om te investeren in geld, tijd en begeleiding bij de nieuwe taak. Natuurlijk, ook een beetje talent en aanleg als klantadviseur is noodzakelijk. Maar kijk eens met andere ogen naar je administratief medewerkers. Misschien heb je wel goud in handen.”

Frank Colijn
Colijn Verzekeringen
eigenaar



Brainstormen

“Ons mooie adviesvak zal de komende jaren een grote verandering doormaken. Steeds meer administratieve handelingen worden geautomatiseerd doordat simpele mutaties door systemen kunnen worden verwerkt en adviesprocessen de adviseur door het adviesproces heen begeleiden. De rol van de mens in deze stappen van het adviestraject zal steeds kleiner worden, waardoor er voor adviseurs meer ruimte zal ontstaan om aan het echte klantcontact te kunnen besteden. Vanuit het klantbelang centraal is dat een goede ontwikkeling. Het betekent ook dat er goed gekeken zal moeten worden naar bepaalde functies binnen het advieskantoor. Is het mogelijk en gewenst dat een administratieve medewerker wordt omschoold naar een meer adviserende functie? Heeft de medewerker het in zich om adviseur te worden? Zullen deze ontwikkelingen echt zo snel gaan als ons wordt voorgehouden? En hoe om te gaan met nieuwe inzichten als er weer veranderende wet- en regelgeving komt? Ik denk dat het verzekeringswerk waarbij administratieve software gebruikt wordt, zal veranderen in een IT-omgeving die ons ondersteunt. Die digitaliseringsslag zal ook voor nieuwe functies kunnen zorgen. Hierop voorsorteren is belangrijk. Want door over de veranderingen te brainstormen en te bedenken hoe de nieuwe advieswereld eruit zal gaan zien, kun je nagaan welke veranderingen daarvoor nodig zijn binnen je organisatie. Een mooie uitdaging!”

Remco Heeres
Heeres Assurantiën
directeur



Er zijn grenzen

“Uiteraard is het mooi om bestaande medewerkers een kans binnen de sector te geven middels omscholing. Echter denk ik dat wij als sector vooral gebaat zijn bij medewerkers die in hun kracht staan. Er is vaak een hele goede reden waarom die medewerkers juist floreren in een administratieve functie. Daar ligt namelijk hun talent. En als hun talent dáár ligt, ligt het (vaak) niet op commercieel gebied. Op het moment dat een medewerker zijn baan dreigt te verliezen, zijn er in mijn optiek dus twee opties. Kom je tot de conclusie dat er onbenut commercieel talent aanwezig is? Dan is het duidelijk en is om- of bijscholen van je bestaande medewerker *the way to go*. Heeft iemand andere kwaliteiten? Investeer dan juist in je medewerker door te onderzoeken waar diegene echt tot zijn recht komt en in zijn kracht staat, zodat diegene tot een toekomstbestendige baan kan komen (desnoods buiten het bedrijf of de sector). Investeer vervolgens in een nieuwe medewerker die van nature commercieel is. Er zijn immers nu eenmaal grenzen aan wat je kunt bereiken met opleiden. Met werken in je (van nature aanwezige) talent, bereik je altijd het meest. Meer passie, minder stress. Wat er al in iemand zit tot wasdom laten komen, in plaats van te proberen iemand hele andere dingen aan te leren. Kortom, op grote schaal omscholen is niet het beste voor de medewerker, het bedrijf en de sector. En dat uit de mond van een opleider.”

Wesley van 't Hof
Hoffelijk
directeur



Gezamenlijke verantwoordelijkheid

“Het proces van snelle inhoudelijke verandering van functies vindt in vele bedrijven en instellingen plaats. Een leven lang ontwikkelen is meer en meer noodzakelijk om aantrekkelijk te kunnen blijven voor de arbeidsmarkt. Om mensen de hiervoor gewenste ontwikkeling door te kunnen laten maken zijn een stimulerende leeromgeving in het bedrijf en een goed scholingsaanbod vanuit het onderwijs noodzakelijk. Het bekostigd onderwijs is nu vooral bezig met het opleiden van toekomstige medewerkers, maar kan zeker een rol spelen in het omscholen van de zittende medewerkers. Dan moet er voor de laatste groep wel een flexibel aanbod op maat beschikbaar zijn dat kosten- en tijdsefficiënt kan worden ingezet. Onderwijsinstellingen zullen samen met de branche, in dit geval Adfiz, om tafel moeten om samen te bespreken wat gewenste kansrijke scholing inhoudt. Welke kennis en kunde worden straks gevraagd? Welke ontwikkelingen maakt de bedrijfstak door? Een goede aansluiting tussen het beroepsonderwijs en het bedrijfsleven is direct in het belang van de bedrijfstak zelf. Brancheorganisaties hebben hierbij een rol. Dan is er nog het traject van stimuleren en faciliteren van ontwikkeling door de werkgever én het pakken van kansen door de medewerkers. Bij het opleiden van potentiële nieuwe medewerkers in het beroepsonderwijs is het ook van belang dat in goed overleg met de brancheorganisatie wordt bekeken wat er moet veranderen in de huidige opleidingen. Het is een gezamenlijke verantwoordelijkheid van het (beroeps-)onderwijs en de vertegenwoordigers van de beroepsgroep om, door samenwerking en overleg, de juiste hoeveelheid mensen op te kunnen leiden met de juiste kennis en kunde.”

Gertrud van Erp
VNO-NCW en MKB-Nederland
Secretaris



Autoschade?

Bij ASN Autoschade staan u en uw berijder centraal, wij ontzorgen en verrassen. ASN Autoschade heeft een landelijk dekkend netwerk van autoschadeherstelbedrijven. Bij alle ASN Autoschade vestigingen staan kwaliteit, efficiëntie en klanttevredenheid hoog in het vaandel. Wij zijn een gewaardeerd partner voor verzekeraars, volmachten, leasemaatschappijen, fleetowners en dealerorganisaties.

Wij doen er alles aan om u en uw berijders tevreden te stellen, want schade is al vervelend genoeg. Bekijk onze scores op asnautoschade.tevreden.nl



Tevreden klanten
Onafhankelijk en transparant
klanttevredenheidsonderzoek



Landelijk netwerk
Franchiseketen met
zelfstandige ondernemers



Autoschade
Vakkundige medewerkers
en modern gereedschap



Vervangend vervoer
ASN Autoschade houdt uw klanten
mobiel met vervangend vervoer en
haal- en brengservice



Klant contact center
24/7 bereikbaar



Polis check
Dekking verificatie via webservice
voor procesvoordeel en tijdwinst

Meer weten? Bel 020 - 44 88 020

Directeur Frank Soede van BLG Wonen

Verbeteren en ontwikkelen: samen met en voor adviseurs

“Persoonlijk contact met de adviseur is voor ons enorm belangrijk. Net zoals de adviseur zijn of haar klant persoonlijk wil bijstaan.”

Directeur Frank Soede van BLG Wonen benadrukt het belang van het persoonlijke contact dat we tijdens de coronacrisis enorm hebben gemist. “We blijven energie steken in die samenwerking met de intermediair.”

“Digitaal waar het kan, persoonlijk wanneer het nodig is”, zegt Soede. “We geloven heilig in het feit dat je alleen efficiënt met elkaar kan samenwerken als je elkaar kunt vinden én de digitale middelen hebt om de samenwerking daadwerkelijk goed vorm te geven.” Een houding die wordt gewaardeerd door adviseurs. “Dat blijkt wel uit onze nominatie voor de Gouden Spreekbuis 2021. Een hele eer waar we erg trots op zijn. We waarderen het dat adviseurs zien dat we continu blijven verbeteren en ontwikkelen. Dat doen we ook in de samenwerking. We werken bijvoorbeeld met een adviseurspanel die ons met verbetervoorstellen scherp houdt. En zijn blij dat adviseurs tijd willen steken in die terugkoppeling.”

Vijf sterren

Daarnaast zit het met een MoneyView 5-sterren waardering ook snor met de hypotheekvoorwaarden. Soede: “We staan dit jaar op nummer één met de annuïteiten en lineaire hypotheke en nummer drie met



de aflossingsvrije hypotheke. Ook dat is een prachtige erkenning.” Een terugblik op het jaar is niet af zonder het WoonDebat. BLG Wonen is begin november met belangrijke stakeholders in discussie gegaan over de toegankelijkheid van de woningmarkt. “We willen in gesprek blijven over concrete oplossingen voor problemen en uitdagingen op de woningmarkt. Zoals nu de dichtgeslibde markt. Er is niet 1 ‘silver bullet’ oplossing voor dit grote probleem. Samen met de markt kijken we naar waar er oplossingen liggen. Bijvoorbeeld bij het splitsen van woningen, het transformeren van kantoren naar woningen of het meer overgaan tot prefab bouwen.”

Tot slot blik Soede vooruit op 2022. “We gaan een aantal uitrollen doen om het aanvraag- en beheerproces voor onze adviseur nog makkelijker te maken. Zoals een tool voor het berekenen van zakelijk inkomen en een nieuwe offertetool. Maar ook meer mogelijkheden in de online adviseursomgeving. Hiermee kunnen we de adviseur aan de beheerkant nog beter van dienst zijn. En dat is precies wat we steeds doen. In samenwerking met adviseurs blijven verbeteren. Niet groots en meeslepend, maar continu stappen zetten.”



Gerichte aandacht voor groeïend aantal vacatures

Tekst Joerie van Looij
Beeld Unsplash.com

‘Beroepsontwikkeling en adviescapaciteit’ is een van de drie domeinen die medebepalend zijn voor het succes van de adviessector, zo staat in Adfiz’ Meerjarenplan 2022-2023. De verwachting is dat de werkgelegenheid de komende jaren toeneemt, maar het is de vraag of de benodigde professionals straks beschikbaar zijn. Tegelijk is het vak in ontwikkeling door onder meer digitalisering en aandacht voor soft skills. De HR-commissie die bij Adfiz in oprichting is, heeft een uitdagende agenda. De recente start van het NL leert door-traject is een eerste resultaat van de gerichte aandacht van de branchevereniging voor het domein.

Het beroep op zelfredzaamheid van mensen en bedrijven is groot, en daarmee groeit de behoefte aan advies. Vijftig procent van de werkgevers in de financieel adviesmarkt verwacht de komende vijf jaar meer mensen nodig te hebben. Ongeveer een kwart verwacht die groei al binnen een jaar. Grotere kantoren verwachten overigens vaker te groeien dan kleinere kantoren. Het vinden van de juiste mensen om die groei te realiseren, is niet vanzelfsprekend. Uit een enquête van Adfiz eerder dit jaar, bleek dat bijna vier op de tien kantoren openstaande vacatures hebben, en twee op de drie kantoren verwachten de komende twee jaar met vacatures te maken te krijgen. Intussen staan vacatures steeds langer open en kost het veel moeite om goede mensen te vinden.

Vooral commerciële functies

Daar komt bij dat de adviessector een vergrijzende markt is op zoek naar jong talent. Zeventig procent van de werkenden is 40 jaar of ouder. De gemiddelde leeftijd in de sector is daarmee relatief hoog (45 jaar sector, 41 jaar beroepsbevolking). Grotere kantoren (met meer dan tien fte) hebben gemiddeld meer jongeren in dienst dan kleinere kantoren.

Met name voor de commerciële functies is de vraag groot. 53 procent van de functies zijn commerciële binnen- en buitendienst functies, zo stond dit jaar in *Advies in Cijfers*. Uit de eerdergenoemde enquête bleek

‘Regeling
biedt de
mogelijkheid
om geheel
kosteloos
opgeleid te
worden’

Jouw vliegende start

Wie een vliegende start of doorstart wil maken in de financiële sector vindt alle mogelijkheden op www.jouwvliengendestart.nl. Het aanbod bestaat uit 19 opleidingstrajecten.

- Hypotheekadviseur
- Adviseur Inkomen en Vermogen
- Pensioenadviseur
- Adviseur Schade zakelijk
- Adviseur Zorg en Inkomen
- Adviseur Zakelijk financieren
- Adviseur (kies en match uit Wft-modules)
- Commercieel ondersteuner
- Schuldhelpverlener
- Budgetcoach
- Estate planner
- Letselschadebehandelaar
- Schadebehandelaar Brand
- Schadebehandelaar Aansprakelijkheid
- Acceptant Brand
- Medewerker Volmacht
- CDD professional
- Fraudecoördinator
- Data analyst

dat maar liefst 65 procent van de vacatures commerciële functies zijn, waarbij adviseurs schade zakelijk (bij 87 procent van de kantoren met vacatures) en schade particulier (bij 65 procent van de kantoren met vacatures) het meest gezocht worden. Drie op de vier kantoren geven aan, geholpen te zijn met een starter met een Wft-diploma.

Instroom bevorderen

Adfiz is intussen bij meerdere initiatieven betrokken om de instroom in de sector te bevorderen. Zo is in oktober de campagne gestart voor kosteloze opleidingen binnen de subsidieregeling *NL leert door met inzet van sectoraal maatwerk*. De subsidie van totaal 950.000 euro is het resultaat van de samenwerking tussen Adfiz en OvFD, gesteund door VNO-NCW en vakbond De Unie. Het moet de sector helpen om de instroom en doorstroom van nieuw én gediplomeerd talent in de financiële sector te vergroten. Met de subsidie kunnen professionals en jong talent zich zonder kosten laten omscholen voor een mooie toekomst in de financiële adviesbranche. Ook voor werknemers die al in de adviesbranche werken, zijn er scholingsmogelijkheden om een overstap naar een andere functie makkelijker te maken. De scholingstrajecten worden verzorgd door Hoffelijk, Lindenhaeghe en NIBE-SVV.

Met de *NL leert door*-subsidies wil de overheid mensen ondersteunen die een nieuwe stap in hun loopbaan willen zetten, van wie de baan op de tocht staat of die werkloos zijn als gevolg van de coronacrisis, en die zich willen oriënteren op de financiële sector. Zij krijgen dankzij de regeling de mogelijkheid om geheel kosteloos opgeleid te worden.

Voor werkgevers

Hoewel de campagne zich primair richt op werknemers kunnen ook werkgevers wel degelijk voordeel halen uit de regeling. Bijvoorbeeld door het kosteloze scholingsaanbod te betrekken in wervingsactiviteiten in de zoektocht naar nieuw talent en zij-instromers. Maar ook wanneer een ondernemer te maken heeft met werknemers voor wie scholing nodig is om de functie te behouden of om een overstap naar een andere functie te maken, dan kunnen zij gebruik maken van het aanbod.

Daarmee voorziet de regeling in een duidelijke behoefte. Kijkend naar bewegingen zoals die van binnendienstmedewerker met veel administratieve taken naar cliëntofficer en van schade-adviseur naar risico-manager, voorzien negen van de tien werkgevers dat bestaande medewerkers de komende jaren (flink) moeten investeren in specifieke kennis en vaardigheden om op termijn hun functie uit te kunnen blijven oefenen naar deze nieuwe standaarden.



‘Familiebedrijf kenmerkt zich door verantwoordelijkheidsgevoel en betrokkenheid’

Tekst Sébastien Wulms
Beeld Rico Vogels

Ongeveer zeventig procent van de Nederlandse MKB-bedrijven is een familiebedrijf. Een van die bedrijven is Argowil uit het Limburgse Venray. Volgens Bart van der Sterren, adviseur bij Van de Mortel Assurantie Advies – eveneens uit Venray en sinds jaar en dag de financieel adviseur van Argowil – is het een typisch voorbeeld van een MKB-familiebedrijf: “Een bedrijf waar loyaliteit, betrokkenheid en continuïteit boven *quick-wins* gaan.”

Argowil is gespecialiseerd in de ontwikkeling en productie van kabelbomen en aanverwante producten, zoals schakelkasten. Hun producten zijn terug te vinden in onder andere MRI-scans van Philips, apparaten

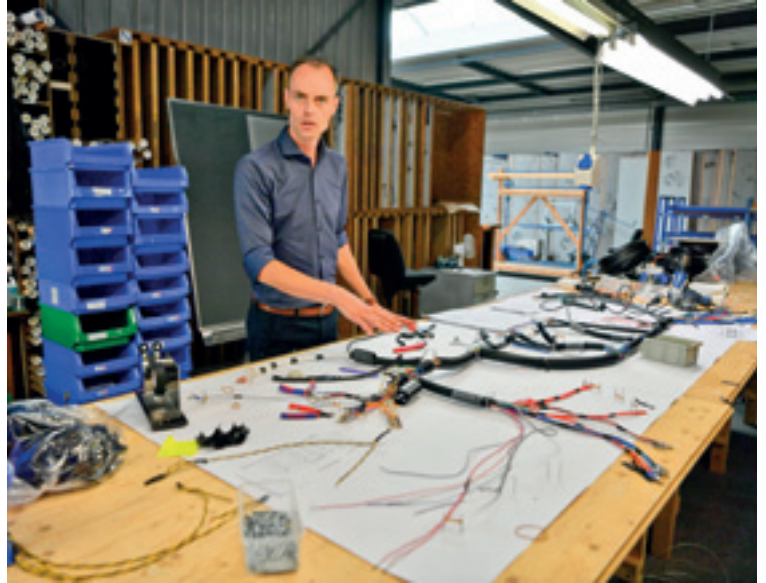
die door ASML gebruikt worden voor de fabricage van machines die chips produceren en de bussen die VDL bouwt voor bijvoorbeeld de Mobiele Eenheid. Frank Arts is de tweede - en laatste - generatie Arts binnen

Argowil, het bedrijf dat zijn vader in 1996 startte. “In ieder geval van mijn tak van de Arts-stamboom”, verduidelijkt hij. “Mijn drie kinderen hebben andere ambities. Maar mijn collega Freek Arts, die toevallig dezelfde naam heeft, maar geen familie is, gaat het bedrijf over een paar jaar overnemen. Freek is in 2020 in het bedrijf gestapt en verantwoordelijk voor de productie.”

‘Ze zijn er trots op dat ze iets positiefs kunnen toevoegen aan de levens van hun medewerkers’

Frank zegt het niet erg te vinden dat het bedrijf over een paar jaar uit de familie verdwijnt: “Ik ken Freek al een aantal jaartjes; wij zitten op één lijn. Het enige dat verandert, is dat het in handen van een andere familie komt.” Freek haakt daarop in: “Voor de koers en identiteit van het bedrijf zal dat weinig uitmaken. Net als Frank wil ik uiteraard dat het bedrijf goed draait. Niet alleen voor onszelf, maar ook voor de gemeenschap en de medewerkers. We vinden het erg belangrijk dat ze het hier naar hun zin hebben. Dat we hun sportclubs en verenigingen kunnen sponsoren. Dat we de Venrayse Singelloop mede mogelijk mogen maken. En dat we een bijdrage kunnen leveren aan de werkgelegenheid in de regio.”

Verantwoordelijkheidsgevoel en betrokkenheid is volgens Van der Sterren iets wat veel MKB-familiebe-



drijven onderscheidt van ‘gewone’ bedrijven: “Ze zijn er trots op dat ze als bedrijf iets positiefs te kunnen toevoegen aan de levens van hun medewerkers en de samenleving waar ze deel van uitmaken. Dáár halen ze een groot deel van hun voldoening uit.” Frank en Freek Arts beamen dat. En zeggen die trots ook bij hun medewerkers – die bijna zonder uitzondering al vele jaren in dienst zijn – te herkennen. Frank: “Voor het 15-jarig jubileum van het bedrijf heb ik de medewerkers gevraagd hoe ze dat wilden vieren. Daar waren ze vrij snel uit: ze wilden vrienden en familie kunnen laten zien waar ze werkten en wat ze daar deden. Met aansluitend een barbecue. Er kwamen 250 mensen opdagen, prachtig toch!”



“Dat gevoel van trots zijn op het bedrijf waar je werkt, zie ik terug in de schadecijfers van Argowil”, vertelt Van der Sterren. “Neem nu de verzuimcijfers; die zijn een stuk lager dan je van een dergelijk bedrijf zou verwachten. Medewerkers voelen zich bijna zeker van het feit dat ze zich ziek moeten melden, dan van het ziek zijn zelf.” Op de vraag of een bedrijf als Argowil om een andere adviesbenadering vraagt, antwoordt Van der Sterren: “Dat niet. Maar als ik bijvoorbeeld een nieuwe verzuimverzekering zou moeten aanbesteden, is de keuze uit aanbieders groter en de premie gunstiger als ik nette verzuimcijfers kan overleggen. Hetzelfde geldt voor een opstalverzekering. Als je hier het terrein op rijdt, valt direct op dat alles netjes en in orde is. Dat komt omdat alle panden in eigendom zijn en op het onderhoud niet wordt beknipt. Dat zie je ook in de schadecijfers en dat zijn nou net het soort bedrijven dat verzekeraars in hun boeken willen.”

MERCEDES-EQ

DE NIEUWE 100% ELEKTRISCHE EQS.

This is for you, world. Ontdek de nieuwe EQS.

Laat u betoveren door de ongekennde luxe van het interieur,
of wat dacht u van het 141 cm brede MBUX Hyperscreen*
en de indrukwekkende actieradius tot 731 km**? Zo rijdt u met één
oplaadbeurt van Amsterdam naar Berlijn. En dankzij Green Charging
zijn bovendien uw eerste 200.000 km CO₂-neutraal.
Ontdek hem op [mercedes-benz.nl](https://www.mercedes-benz.nl).



Gecombineerd verbruik: 16,9 - 21,2 kWh/100 km. CO₂-uitstoot: 0 - 0 g/km (WLTP).
Voor officiële dealeradressen, kosten en leveringsvoorwaarden, zie [mercedes-benz.nl](https://www.mercedes-benz.nl).
*Standaard in de EQS 580 4MATIC uitvoering. **Met de EQS 450+ AMG Line.



Op een fijne samenwerking!

Als coöperatie genieten wij van een fijne samenwerking met adviseurs. In 2022 drinken we daar graag een goede kop koffie met u op!



**gewoon
lekker
wonen.**

Klanten helpen met fijn wonen. Daar zorgen we samen voor. Al jaren. Met gewoon 1 goede hypotheek, goede voorwaarden en een scherp renteaanbod. Precies zoals je van ons gewend bent. Duidelijk dus. Zo weten we allemaal waar we aan toe zijn. Jij als adviseur. En jouw klanten ook.

Je leest het op argenta.nl/adviseur.



‘Adviseur kan ondernemers helpen met gezond en veilig werken’

Tekst Sébastien Wulms
Beeld Eric Kampherbeek

Het hebben van een risico-inventarisatie en -evaluatie (RI&E) is al sinds 1994 verplicht voor bedrijven. Desondanks heeft ongeveer de helft van de bedrijven in Nederland de veiligheids- en gezondheidsrisico's voor medewerkers binnen het bedrijf niet in kaart gebracht. Heidi Boussen, directeur Gezond en Veilig werken bij het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, legt uit hoe ze daar samen met Adfiz verandering in wil brengen.

“Jaarlijks sterven er in Nederland ongeveer 4.100 mensen door factoren die zijn te herleiden naar hun werk. Bij ongeveer 3.000 van deze gevallen komt dat doordat mensen op hun werk met gevaarlijke stoffen in aanraking zijn gekomen. Denk bijvoorbeeld aan asbest en chroom 6. Daarnaast is ongeveer een kwart van het totale ziekteverzuim in Nederland werkgerelateerd. Als je bedenkt dat jaarlijks bijna 3,3 miljoen werknemers om gezondheidsredenen uitvallen, hebben we het dus over ongeveer 850.000 mensen die door psychische of fysieke arbeidsbelasting (tijdelijk) hun werk niet kunnen doen. De totale jaarlijkse verzuimkosten als gevolg van werk worden geschat op 6 miljard euro. Dus los van al het persoonlijke leed, is het ook in het belang van werkgevers dat hier iets aan gedaan wordt. De RI&E kan hier een belangrijke bijdrage in leveren. Het is een hulpmiddel om te voorkomen dat mensen ziek worden, of erger.”

“Grote bedrijven hebben vaak wel een RI&E opgesteld, maar vooral binnen het MKB zie je regelmatig dat er geen RI&E is. Vaak is dat omdat die bedrijven de kennis om een RI&E op te stellen én actueel te houden, niet in huis hebben. Maar ook omdat ondernemers er geen weet van hebben dat een RI&E verplicht is. Om daar verandering in te brengen voeren we campagne en ontwikkelden we de website <https://routenaar.rie.nl>,

‘De jaarlijkse verzuimkosten als gevolg van werk, worden geschat op 6 miljard euro’

checklists, stappenplannen, flyers en andere tools. Een belangrijke rol is weggelegd voor de financieel adviseur. Uit gesprekken die wij met werkgevers voeren komt vaak naar voren dat de adviseur de steun en toeverlaat is van veel MKB-ondernemers. Niet dat die adviseur helemaal op de hoogte moet zijn van de ins&outs van een RI&E, maar hij kan het wel ter sprake brengen en ondernemers in de juiste richting wijzen.”

“Adfiz is, als brancheorganisatie, van begin af aan betrokken bij onze campagnes en helpt zo mee om de RI&E op de agenda te zetten en de rol die de adviseur daarbij kan spelen te benadrukken. Zo organiseerden we samen een webinar voor de leden en heeft Adfiz een kennisportaal RI&E (www.adfiz.nl/rie) ontwikkeld. Op deze manier proberen wij samen adviseurs zo goed mogelijk te ondersteunen om de RI&E een plek te geven in het adviesgesprek met de ondernemer, zodat ze hun rol als risico-adviseur ook op dit vlak kunnen invullen. Want als het bedrijfsleven eenmaal doordrongen raakt van nut en noodzaak van een RI&E, zullen minder mensen uitvallen door werkgerelateerde factoren. Daar hebben werknemers en ondernemers baat bij en het verstevigt en verbreedt ook de waarde van adviseurs. Als adviseurs daar nog extra ondersteuning bij willen, horen we dat graag.”

**WIE IS...**

Barbara Stoopman werd in 1976 geboren in Scheveningen. Vanwege het werk van haar vader bij PTT Post, moest ze als kind vaak verhuizen. Ze woonde in Scheveningen, Zoetermeer, Groningen, Eindhoven en Gorinchem. Ze deed de opleiding Bank & Verzekeringen. Haar eerste vaste baan was bij Intrada Advies groep in Heerjansdam. Ze werkte daarna bij Allianz in Rotterdam en Rabobank Assurantiën in Barendrecht waar ze de zakelijke afdeling reorganiseerde.

Voordat ze in 2012 haar eigen bedrijf begon, werkte ze bij Van Stigt Thans Assurantiën in Schiedam. Haar bedrijf Nouveau Consultancy is gespecialiseerd in risicomanagement en advies aan ondernemers en werkgevers over verzekeringen en verzuim. In 2019 verscheen haar boek *Het Nieuwe Verzekeren* over de toekomst van financieel advies.

‘Ik ben een rupsje-nooit-genoege’

Tekst Bureau Bax
Beeld Eric Kampherbeek

Ruim 7 miljoen relaties worden geholpen door Adfiz-leden. Wie zijn deze mannen en vrouwen die dagelijks alles op alles zetten om hun klanten zo goed mogelijk te bedienen? Elk nummer laat een lid het achterste van zijn tong zien in de rubriek Spiegel. Dit keer Barbara Stoopman eigenaar van Nouveau Consultancy.

Wat drijft jou?

“Dat is tweeledig. In de eerste plaats wil ik alles goed regelen voor mijn klanten; ondernemers en werkgevers. In de tweede plaats inspireer en motiveer ik graag branchegenoten om te bekijken wat zij eventueel anders kunnen doen om te werken aan een toekomstbestendig kantoor. Er heerst nog veel negativiteit rond onze branche en deels kunnen we dit zelf aanpakken door dingen anders te gaan doen en kansen te zien en te benutten.”

Ben jij innovatief?

“Ja zeker! Ik ben heel erg bezig met de toekomst van ons vak en hoe we die het beste kunnen vormgeven. Ik heb twee jaar geleden een boek geschreven voor financieel adviseurs, *Het Nieuwe Verzekeren*. Daarin beschrijf ik wat - volgens mij - de belangrijkste waarden zijn voor ons adviesvak, namelijk waardevol advies, aandacht, onderhoud, advies in plaats van verkopen, en risicomanagement. Ik geef ook lezingen, trainingen en één-op-één begeleiding. Dat vind ik ontzettend leuk.”

Waar ben je trots op?

“Komend jaar zit ik 25 jaar in het vak en in januari bestaat mijn bedrijf Nouveau Consultancy tien jaar. Ik heb het helemaal zelf van nul af aan opgebouwd. Het bedrijf draait goed, ik heb een fijne klantenkring opgebouwd. En hoewel ik mijn bedrijf in mijn eentje run, heb ik samen met mijn kantoorgenoot, een familierechtenadvocaat, een heel team van specialisten verzameld waarmee wij samenwerken. In dat team zitten onder meer een notaris, een makelaar, een uitvaartverzorgster, een pensioenadviseur en een hypotheekadviseur. We verwijzen naar elkaar door en werken samen waar het handig is.”

Wat kenmerkt jou?

“Ik ben een verbinder. Ik vind het heerlijk om mensen aan elkaar te koppelen. Zo zocht een van mijn klanten, die een dagopvang heeft voor mensen met een beperking, iemand om haar website te vernieuwen. Een andere klant van mij is websitebouwer. Ik denk dan al gauw ‘een en een is twee’. Ik heb ze aan elkaar voorgesteld. En vervolgens is daar een mooie samenwerking uitgerold.”

‘Ik vind
het
heerlijk
om
mensen
te
koppelen’

Waar verbaas jij je over?

“Ik had van de week een klant aan de telefoon. Hij heeft een horecazaak en moet vanwege corona bij al zijn klanten QR-codes controleren. Nou zijn heel wat vaste klanten die zeggen ‘Als jij controleert, dan komen we niet’. Maar als hij niet controleert, kan hij hoge boetes krijgen. Ik vind het ongelooflijk dat deze ondernemer in zo’n ingewikkelde spagaat terecht is gekomen. En ik kan hem ook niet echt helpen, behalve dat hij even zijn hart kan luchten bij me.”

Welke karaktereigenschap komt goed van pas?

“Mijn enthousiasme, daarmee krijg ik veel voor elkaar. Aan de andere kant is het ook een valkuil. De wereld is vol met leuke, nieuwe kansen, maar het is belangrijk om focus te houden. Dat is soms lastig voor me. Ik ben een rupsje-nooit-genoege en geneigd alles meteen op te pakken. Zo ben ik ooit een arbodienst begonnen met twee andere partijen. Dat bleek echt teveel. Met een vriendin die makelaar is, heb ik nu de afspraak dat we eerst twee dagen nadenken voordat we ergens ‘ja’ tegen zeggen. En bij ideetjes die ik heb, ga ik eerst sparren met mijn man. Hij is ook ondernemer in een andere branche. Hij heeft weer een andere kijk op zaken.”

Hoe zorg je voor een goede balans tussen werk en privé?

“Mijn man en ik werken bijna nooit thuis. Ik ben wel altijd bereikbaar, maar zit niet hele avonden achter de laptop. Ik zorg voor voldoende ontspanning. Ik kook graag en ben veel buiten. In de tuin, bij de dieren en ik ga graag wandelen.”

Waar droom je van?

“Het is mijn ambitie om ergens in de komende tien jaar een huis in Zuid-Spanje te kopen en een deel van het jaar daar te wonen en te werken. Nu processen meer digitaal kunnen, wordt locatie onafhankelijk werken, steeds makkelijker. We gaan nu af en toe twee weken naar Spanje. Dan werken we ’s ochtends en nemen de rest van de dag vrij. Heerlijk.”



Oversluiten kan beter...

a.s.r.
de nederlandse
verzekerings
maatschappij
voor alle
verzekeringen

Als hypotheekverstrekker kijken wij bij a.s.r. continu of het beter kan. Wij innoveren niet vanuit marktconventies, maar vanuit het perspectief van u als adviseur, uw klanten en de wereld. Zo vinden we dat ook het oversluiten van een hypotheek beter kan:

Beter voor adviseurs.



We maken slim gebruik van digitalisering en beschikbare data. Met onze DigiThuis hypotheek is oversluiten zonder stukken zelfs mogelijk. Met een sneller en gemakkelijker aanvraagproces voor u en voor uw klant als gevolg.

Beter voor klanten.



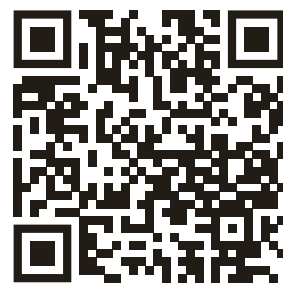
De wereld verandert en de behoeftes van uw klanten ook. Wij werken continu aan nieuwe oplossingen voor de problemen van vandaag en vertalen dat naar innovatieve producten. Zoals bijvoorbeeld de WelThuis Levensrente hypotheek voor AOW'ers, zonder einddatum en met levenslang vaste rente.

Beter voor de wereld.



De CO2 uitstoot in Nederland moet omlaag. Daarom bieden wij bij elk renteaanbod standaard een Verduurzamingshypotheek aan, ook bij oversluiten. Ook helpen wij uw klant met informatie en inspiratie om hun woning te verduurzamen. En door digitaal te communiceren besparen we papier.

Ontdek alles over beter oversluiten:



asr.nl/oversluitenkanbeter

a.s.r. doet het

Uitgelicht

HYBRIDE WERKEN NA CORONA

Op woensdag 22 september, de dag na Prinsjesdag, organiseerde Adfiz een online Zakelijk Platform rondom het thema *Hybride werken na corona*. Traditiegetrouw werden de aanwezigen door opleidingsinstituut Hoffelijk eerst bijgepraat over de in de Miljoenennota genoemde maatregelen die de meeste impact hebben op de financiële sector. Daarna sprak Adfiz-directeur Enno Wiertsema met Suzanne Berends, directeur van NLG Arbo, over de kansen en risico's van hybride werken. Het succes daarvan staat of valt volgens haar met duidelijke en heldere regels die in samenspraak met de werknemers worden opgesteld. Laatste gast van dit Zakelijk Platform was Rob Prummel, registerveiligheidskundige en specialist op het gebied van de verplichte RI&E. Hij legde uit hoe een RI&E een goed startpunt kan zijn om met werknemers het gesprek aan te gaan over wat ervoor nodig is om efficiënt en veilig hybride te gaan werken.

Het Zakelijk Platform kreeg in de weken daarna nog een vervolg in de vorm van drie webinars:

- Goed werkgeverschap en vaccineren
- Aan de slag met de MKB Verzuimontzorgverzekering
- Digitale weerbaarheid – wat betekent de Europese DORA wetgeving voor jou?



ADFIZ NIEUWJAARSBIJEENKOMST

Zoals gebruikelijk opent Adfiz op de tweede donderdag van januari (13 januari 2022) het verzekeringsbranchejaar met de Adfiz Nieuwjaarsbijeenkomst (NJB). Het thema van dit evenement, dat in het Flint Theater in Amersfoort plaatsheeft, is *Omdat je niet weet wat je niet weet*. Oftewel: financiële fitheid begint met het in beeld krijgen van de zaken waar je zelf niet aan denkt. Professioneel advies is daarbij voor velen onmisbaar. De NJB is hét netwerkevenement voor Adfiz-leden, aanbieders, ministeries, toezichthouders en andere stakeholders.

BOOST INSTROOM EN DOORSTROOM

Financieel advieskantoren verwachten de komende jaren veel nieuwe mensen nodig te hebben. Maar de instroom en doorstroom van nieuw én gediplomeerd talent in de financiële sector stagneert. Daarom hebben Adfiz en OvFD, met steun van de Stichting van de Arbeid, VNO-NCW en vakbond De Unie, de handen ineengeslagen. Met subsidie in het kader van *NL leert door met inzet van sectoraal maatwerk* kunnen professionals en jong talent kosteloos een opleiding volgen om zo een vliegende start of doorstart in de financiële sector te maken. Het gevarieerde aanbod opleidingen is te vinden op de website www.jouwvliegendestart.nl.



MEERWAARDE MET ADFIZ - EVENEMENTEN

- 13 januari 2022: Nieuwjaarsbijeenkomst
- 7 april 2022: Particulier Platform

* Afhankelijk van de op dat moment geldende coronarichtlijnen worden de evenementen online, fysiek of in hybride vorm georganiseerd. Kijk voor actuele informatie en regiobijeenkomsten, webinars en koffiebreeks of andere op adfiz.nl/evenementen.

EINDELIJK WEER LIVE

Voor het eerst sinds lange tijd organiseerde Adfiz op 3 november bij de voormalige renbaan Mereveld in Utrecht weer een fysieke Algemene Ledenvergadering (ALV). Naast de gebruikelijke verenigingsonderwerpen - zoals benoemingen en presentatie, goedkeuring van het jaarplan en de bijbehorende begroting - was er vooral weer ruimte om elkaar te ontmoeten, ervaringen uit te wisselen en bij te praten. Iets wat in de afgelopen (bijna) twee coronajaren niet mogelijk was. Daarnaast organiseerde de branchevereniging een inspiratiesessie voor haar leden rondom het thema *Wat betekent verduurzaming voor mijn adviespraktijk?*



NIEUW BESTUURSLID

Tijdens de Algemene Ledenvergadering van 3 november is Jeannette Veldsink (46), mede-eigenaar van de Veldsink Groep uit Nuenen, benoemd tot bestuurslid van Adfiz. De Veldsink Groep bestaat uit ongeveer 75 advieskantoren, verspreid door heel Nederland en biedt werk aan ongeveer 1.300 medewerkers. Over haar benoeming zei Veldsink: "Door intensiever samen te werken in de keten kunnen we meer bereiken. Ik denk dan aan onderwerpen als (on)verzekerbaarheid, duurzaamheid, wetgeving zoals provisie transparantie en uitdagingen op personeelsvlak. Ik kijk er naar uit die uitdagingen op te pakken en een stukje verder te brengen."

Sinds 2008 hebben Wim & Joanne van ONS een mooie portefeuille opgebouwd bij Voogd & Voogd. Waarom? "Vanwege een ruim aanbod aan verzekeringen, overleg over minder voorkomende situaties is altijd mogelijk en zij zoeken actief mee naar oplossingen", aldus Wim.

Het Voogd & Voogd VoordeelPakket

volgens ONS Financieel Advies & Coaching

Joanne: "We ervaren de samenwerking met Voogd & Voogd als zeer prettig. Toen we ons nieuwe bedrijf opstartten, stond Voogd & Voogd bovenaan ons lijstje om mee in zee te gaan. De acceptanten en schadebehandelaars zijn deskundig en vriendelijk en het contact met onze eigen accountmanager is zeer prettig".

"Onze klanten waarderen ons om onze persoonlijke aandacht, de moeite die genomen wordt om diverse maatschappijen met elkaar te vergelijken en die verzekeraar te kiezen die qua voorwaarden en premie het beste bij hen past. Hiervoor maken wij graag gebruik van het Voogd & Voogd VoordeelPakket! Met name door dit pakket hebben wij een portefeuille opgebouwd met een gemiddelde polisduur van maar liefst 5!" aldus Wim.

De waarde van het Voogd & Voogd VoordeelPakket



- Blijve klanten die tevreden zijn over de digitale Polismap; in één document zie je welke verzekering je hebt en wat je hiervoor betaalt.
- Eenvoudig en snel berekenen van een totaalpakket waarbij je met weinig vragen de klant al kunt voorzien van een complete offerte.
- Keuze uit verschillende maatschappijen binnen één pakket.
- In één oogopslag overzichtelijk wat verzekerd is en wat de verschillen tussen de maatschappijen zijn.
- Snel oplopende pakketkorting als je kiest voor voornamelijk één partij.



De bevrijdende gedachte verzekerd te zijn van aflossen op een lopende hypotheek bij arbeidsongeschiktheid. Het kan nu.

Een hypotheek biedt vrijheid, geeft toegang tot een droomhuis, maar is ook een serieuze verbintenis voor langere tijd. De vernieuwde Hypotheek Aflos Verzekering van BNP Paribas Cardif sluit u af op ieder gewenst moment. Ook bij een lopende hypotheek. En u bent vrij in het kiezen van de hoogte van de eenmalige uitkering bij arbeidsongeschiktheid. Dát noemen we vrij. Ook iets voor uw klanten?

Laten we plannen maken.



**BNP PARIBAS
CARDIF**

**De verzekeraar
voor een wereld
in verandering**