

Interview

Mind mappen

“Ondernemers moeten op zoek naar oplossingen. En de accountant kan hen daarbij coachen door bijvoorbeeld de vraag te stellen: Hoe kun je als bedrijf je kennis en knowhow anders inzetten als je te maken krijgt met vraaguitval? Neem TenCate van het damesondergoed. Zij gebruiken dezelfde weeftechnieken nu voor het fabriceren van kunstgras. Een compleet ander product! Nu auto’s vanwege nieuwe materialen en technieken veel langer meegaan, kan de automonteur zijn werkzaamheden verschuiven van fabricage naar onderhoud. Je zult zien dat bedrijven hun werkzaamheden meer en meer gaan verschuiven. En daarbij hebben zij organisatie- en marketingadviezen nodig. Nu denk ik niet dat de accountants dat advies zelf moeten geven. Zij kunnen wel kennisnetwerken met specialisten opbouwen of platforms creëren waarmee zij hun cliënten kunnen faciliteren. Waarom ontwikkelt SRA geen ‘wikipedia’ voor het mkb over ondernemen in barre tijden?”

Energie-issue

Bakas zei het al eerder in het interview: op middellange termijn – zeg tot 2020 – moeten dienstverleners en bedrijven zich nu voorbereiden op veranderingen onder invloed van nieuwe technologie en hoge energieprijzen. ‘De olieprijs blijft de komende 10 jaar stijgen en daar moeten we nu op inspringen. Bouw als bedrijf je lease-autopark om naar hybride en elektrische auto’s. Zoek naar vervangende producten die op basis van olie zijn gemaakt, zoals plastic tassen. Laat vrachtwagens ’s nachts rijden: minder problemen met files en uitladen. En tijd is ook geld. Als accountant kun je je cliënten wijzen op de kostenpost energie. Met het advies: Breng je ener-



Van damesondergoed naar kunstgras

giekosten omlaag door nanotechnologie in te zetten waarbij zonnecellen aan glas of verf worden toegevoegd. En voor de dienstensector geldt: thuis- en flexwerken zal onder invloed van nieuwe technologie en de hoge energieprijzen nu echt gaan doorbreken.”

Hologram

En ja, ook het werk van de accountant verandert wezenlijk. “Het persoonlijke advies zal zich steeds meer met technologie gaan vermengen”, stelt Adjiedj. “Niet alleen het e-consult zal z’n intrede doen, ook zul je de accountant meer aan meer bij de cliënt aan tafel zien. Maar dan als hologram. Ik noemde de

accountant al als matchmaker waarbij hij een nieuw aanbod van diensten en netwerken aanbiedt. De cijfers zijn nog wel belangrijk, maar met proactieve adviezen en als klankbord zal de accountant de ondernemer meer en meer gaan opvoeden.

De schoenendozen met bonnetjes zijn nu echt wel passé. Rating-services, kennis clusteren, specialiseren worden ‘in’. De accountant zal daarin ook – en met technologie – moeten investeren. En laat ik daarbij de menselijke kant niet vergeten. De uitdaging die er voor accountants ligt, is: Hoe doe ik het werk met minder personen? En hoe zorg ik ervoor dat jonge mensen het vak aantrekkelijk blijven vinden? Want deze generatie fladdert en kan zich moeilijk concentreren op één zaak.” En tot besluit: “Belangrijkste les? Wie dan leeft, zorgt nu!”