

Mens in BEDRIJF

Relatiemagazine van Alfa Accountants en Adviseurs

oktober 2022

Hoogvlieger maakt doorstart

The sky is the limit
voor Rig4All

Camping De Hondsrug

Van vijf tentjes in 1960 naar
grote familiecamping nu

De waterstanden

Dopper breidt assortiment
uit met eigen watertap

alfa



accountants
en adviseurs

Overal dichtbij



Voorwoord



Stormklaar maken

Hoeveel kan er veranderen in een tijdvak tussen twee afleveringen van Mens in bedrijf? Op het moment dat ik mijn vorige voorwoord schreef, hoopte ik nog op een terugkeer naar een normalere wereld. Dat is de optimist in mij. Maar er volgde een oorlog, die alle sluimerende crises deed ontvlammen: inflatie, een energiecrisis, een logistieke crisis, de Schipholcrisis, de arbeidsmarktcrisis, de stikstofcrisis,

de klimaatcrisis, de vluchtelingencrisis en dan zal ik er nog wel een paar vergeten zijn. Of – zoals ik laatst hoorde – elke crisis kenden we eigenlijk al, maar deze crises zijn zich in de afgelopen periode allemaal ineens extra gaan manifesteren.

Als je er wat beter naar kijkt, zie je daar ook wel rare dingen in. Kijk bijvoorbeeld naar de economie. De inflatie mag de pan uit gieren, maar desondanks groeit de economie nog steeds. Hoe kan dat? Ook de arbeidsmarkt gedraagt zich tegendraads, want er blijft een enorm tekort aan personeel bestaan. Gezien de demografische ontwikkelingen zal dat ook wel zo blijven. En ondertussen blijven we ons afvragen: waar is al dat personeel gebleven, wat zijn die mensen allemaal gaan doen? Alsof een onzichtbare hand een schepnet door onze personeelsvijver heeft gehaald. En we wat ongelovig staan te kijken naar de paar gekwalificeerde visjes die nog over zijn.

Eén ding is duidelijk: ons ondernemerschap wordt de komende tijd flink op de proef gesteld. Dan is het goed om alvast meerdere scenario's uitgewerkt te hebben, om je bedrijf stormklaar te maken. We weten dat er volgend jaar een recessie aankomt. Wat betekent dat voor jouw bedrijf, aan welke knoppen kun je draaien? Wij zien nu al dat energie-intensieve bedrijven afschalen of zelfs stoppen. We zien ondernemingen die investeringen rondom energiebesparing naar voren halen, om beter bestand te zijn tegen de enorme prijsstijgingen van elektra en gas. Ga je personeel ontslaan, of is dat niet wenselijk onder de huidige marktomstandigheden? Het is belangrijk om daar nu mee bezig te zijn, misschien even de waan van de dag te ontvluchten en alvast verder te kijken.

Inmiddels heeft het kabinet zijn plannen bekendgemaakt. Er is een forse stap gezet met het minimumloon en met fiscale maatregelen wordt de koopkracht gestut. De rekening gaat naar het bedrijfsleven met een verhoging van de vennootschapsbelasting. Ook gaat het Rijk vermogenden zwaarder aanslaan. Het is goed om ook daar nu al op te anticiperen. Wij hebben, zoals gebruikelijk, dit najaar contact met je om dit te bespreken. Met alles wat er speelt, is dat geen overbodige luxe. Mocht je nog niet benaderd zijn, schroom dan niet om contact op te nemen met je contactpersoon bij Alfa.

Fou-Khan Tsang

Voorzitter Raad van Bestuur Alfa Accountants en Adviseurs

Inhoud

4 Het hoofd boven water houden op 110 meter hoogte

Met Rig4All doet Eddy Zijfers met zijn medewerkers werk waarbij hoogtevrees niet handig is. Door corona maakt hij ook dieptepunten mee. Maar omhoog krabbelen gaat hem gelukkig goed af. "Ik ben een eigenwijze jongen die niet gauw opgeeft."



6 Van vijf tentjes in 1960 naar grote familiecamping nu

Ooit niet meer dan een eenvoudig kampeerterrain, tegenwoordig een florierende 4-sterrencamping. Met de overname door zoon Dick - derde generatie - gaat De Hondsrug in Eext de volgende fase in. "Een goede wifi-verbinding is voor de meeste mensen nu een eerste levensbehoefte."



14 Hoe het oudste keramiekbedrijf van het land zichzelf opnieuw uitvond

Weinig bedrijven in Nederland zijn 450 jaar oud. Koninklijke Tichelaar in Makkum viert het jubileumjaar met een vernieuwd elan. Van sieraardewerk verzette het bedrijf op tijd de bakens richting architecten en designers.



17 Ook gedragsverandering komt bij Dopper voortaan uit de kraan

Na miljoenen aantallen duurzame waterflessen te hebben verkocht, komt er een nieuw product bij. Met een eigen watertap wil Dopper het nog eenvoudiger en leuker maken om je eigen fles te hervullen. Een van de eerste taps staat bij Alfa.

9 Meer gemak, inzicht en overzicht via een digitale boekhouding

Geen facturen meer overtikken, geen papieren facturen meer inleveren. Met 'Mijn Alfa' kun je die nu eenvoudig en snel uploaden. De nieuwe dienst wordt gefaseerd uitgerold over al onze klanten. Ook andere innovatieve IT-diensten komen eraan.

10 Kort nieuws

Eerste Lean & Green Star voor transportbedrijf Koos van Gaalen BV, nieuw bij Alfa,



medewerkers van Alfa verhuizen, groeien bij Alfa, Alfa opnieuw beste werkgever, Prinsjesdag, Alfa ondersteunt Dutch Food Week.

12 Rapporteren over langetermijnwaardecreatie - hoe doe je dat?

Ondernemen met oog voor mens, milieu en maatschappij. Veel bedrijven doen het. Rapporteren over hoe je het doet is minder eenvoudig. Verstandig is het wel, omdat klanten steeds vaker gaan eisen dat je je inspanningen zwart op wit zet.

COLOFON

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

Vormgeving: Vormbizz, Delft
Fotografie: Joost Ooijman, Velp
Druk: Drukkerij Noordhoek B.V., Aalsmeer
Redactieadres: Alfa Accountants en Adviseurs
 Postbus 12, 6700 AA Wageningen
 Telefoon 088 2531000

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

Wil je Mens in bedrijf niet meer ontvangen? Stuur dan een e-mail naar communicatie@alfa.nl.
 Wil je Mens in bedrijf liever digitaal ontvangen? Geef dit dan online aan via www.alfa.nl/mensinbedrijfdigitaal.

EDDY ZIJFERS RIG4ALL

www.rig4all.nl

Het hoofd boven water op 110 meter hoogte houden

In vijf jaar tijd doorgroeien naar een bedrijf met zestien man in dienst. Werken voor prominente opdrachtgevers. Een eigen trainingscentrum voor nieuwe medewerkers. Klinkt als een succesverhaal, maar dat was het zeker niet voor Eddy Zijfers van Rig4All, gevestigd in Duiven bij Arnhem. Hij stond op de rand van een faillissement, overleefde de coronacrisis ternauwernood. "Maar ik ben een eigenwijze jongen die niet gauw opgeeft."

Rig4All is in te huren voor niet alledaagse klussen. Hoog of diep maakt niet uit, wel zijn het opdrachten waarbij de bereikbaarheid in het geding is. Een podium bouwen voor een evenement, een onderdeel omhoog brengen in de offshore of de petrochemie, maar ook mensen redden uit benarde posities. Eddy's voorliefde voor klimmen begint in de eventsector. Van daaruit rolt hij de telecomsector in, als engineer. Hij gaat opleidingen volgen, waaronder reddingstechniek, en behaalt het internationale Rope Access papiertje: zonder installaties of met steigers je een weg banen naar boven. "Dat vond ik gaaf om te doen. Ik ben bij Mammoet binnengekomen (specialist in hijsen en transporteren) voor een grote opdracht. Ze vroegen of ik personeel had. Dat had ik niet, maar ik heb gebluft. Ik heb een paar kameraden gebeld en we zijn heel snel opleidingen gaan volgen. Ik kwam overall binnen. We zijn doorgroeid richting de petrochemische industrie, totdat ik erachter kwam dat werken met zzp'ers te weinig marge opleverde. Ik besloot personeel in dienst te nemen."

Eigen trainingscentrum

In 2019 zet Eddy een stap die later bijna z'n ondergang wordt: hij start een eigen trainingscentrum voor technisch personeel, 300 vierkante meter groot en bijna tien meter hoog. "Ik begon me te realiseren dat technisch personeel weleens een probleem zou worden. Ik moet mensen uit andere branches vandaan halen, zonder ervaring. In het trainingscentrum leer ik hen het vak." Vanwege corona loopt in maart 2020 in één keer zijn agenda voor de rest van het jaar leeg. "We deden veel petrochemische stops. Eenmaal per jaar of eens in de twee jaar wordt zo'n fabriek helemaal stilgelegd voor keuringen, inspecties en onderhoud. We gingen van stop naar stop. Dat ging allemaal niet meer door. Ik had net die investering gedaan in het nieuwe pand en de materialen om te trainen. Al mijn geld zat erin, mijn liquiditeit was nul. We kregen nog wel de NOW-uitkering. Daar kon ik nog net de lonen mee voldoen."

Hoofd boven water houden

Een geluk bij een ongeluk is dat corona hem nog aan wat extra werk helpt: de telecommasten voor het C2000-communicatienetwerk van overheidsdiensten van camera's voorzien. Eddy: "Die werden door incidenten gesloopt, variërend van diefstal van onderdelen tot sabotage en

◀ Eddy Zijfers: "Bij iedere volgende lockdown liep de agenda weer leeg. En al die tijd mocht het trainingscentrum waarin ik alles had geïnvesteerd niet open."



"Je moet geen hoogtevrees hebben; trainen op 9,5 meter hoogte is iets anders dan werken op 55 meter hoog."

brandstichting. Maar bij iedere volgende lockdown liep de agenda weer leeg. En al die tijd mocht het trainingscentrum waarin ik alles had geïnvesteerd niet open. Het was puzzelen om het hoofd boven water te houden."

Het eerste contact met Alfa

Totdat er een deurwaarder op de stoep staat, omdat Eddy maanden achter is met betalingen. "Ik heb alles op alles gezet om een faillissement te voorkomen. Uiteindelijk heb ik een betalingsregeling kunnen treffen en ik heb van een aantal medewerkers afscheid moeten nemen. In deze periode ben ik in contact gekomen met Alfa, de vestiging in Bennekom. De reactie van Alfa was: we gaan je helpen om eruit te komen."

Er gloort weer licht aan de horizon

Ook de inmiddels gevulde orderportefeuille helpt Eddy er langzaam weer bovenop. "We zijn nu aan het herstellen. Ik heb er twee jaar lang hoofdpijn van gehad. Zoiets als dit los je niet in één keer op. Maar we zijn gezond." Heeft hij nooit overwogen om maar definitief te stoppen? "Zeker. Zeker. Absoluut. Maar je bent ook verantwoordelijk voor je personeel. Hun gezinnen moeten ook eten. Wat dat betreft ben ik een eigenwijze jongen die niet gauw opgeeft. Acht jaar terug dacht iedereen: met die Zijfers komt het nooit meer goed. Ik ben trots op het feit dat ik nu een bedrijf run met zestien man personeel. Sinds februari zijn we zelfs in omvang verdubbeld."

Geen hoogtevrees

En z'n trainingscentrum groeit, want aan sollicitanten is geen gebrek. De aantrekkingskracht van het vak, opperen we. Eddy: "Ja,

maar het is vooral de buitenkant die mooi lijkt. Ga maar eens 55 meter hoog in een mast staan in weer en wind, bij windkracht vijf. Ik zie het aan de doorloop. Van de vijf man die ik opleid houd ik er één, twee over. Je moet geen hoogtevrees hebben, trainen op 9,5 meter hoogte is iets anders dan werken op 55 meter hoog. Je stopt er tijd in. En opleiden kost veel geld. Voordat ik een monteur de weg op kan sturen ben ik tien mille verder."

Rope Rescue Team

Die 55 meter is trouwens 'maar' de helft van het hoogterecord van Rig4All. "Dat is de Fakkelpijp in Geleen. Daar worden restgassen afgefakkeld op 110 meter hoogte. We zijn nu ook standby als Rope Rescue Team voor specialistische interventies. Daarvan zijn er vier in Nederland maar die zijn niet altijd op tijd op locatie." Niet tegen elke aanvraag zegt hij 'ja'. "We hebben een streng veiligheidsbeleid. We hebben een handboek, medewerkers hebben een VCA-certificaat. Van tevoren maak je een taakrisicoanalyse. Maar dan nog kom je in bepaalde situaties terecht dat je zegt: we stoppen, we gaan terug naar de tekenafel en lossen het anders op. Je kunt nooit alles uitsluiten. Een ongeluk zit in een klein hoekje, ook al neem je alle voorzorgsmaatregelen."

'Alfa gaat veel verder'

Ook Alfa is er voor de veiligheid, financieel dan. "De eerste missie was om de administratie over 2020 op orde te krijgen, om de basis te leggen voor 2021. Om de twee weken komt assistent accountant Harvey Bernardus naar ons toe om zaken door te spreken en meteen te schakelen. Klantbeheerder Geert Hille en

directeur Kees Cuperus komen eens in de zoveel tijd voor de grote zaken, zoals de bedrijfsvisie. Ik heb wel geleerd dat een accountant zoals Alfa veel verder gaat dan alleen maar de cijfers. Die zijn wel het vertrekpunt, maar Alfa kijkt ook hoe je organisatie in elkaar zit. Ik heb samen met een juridische medewerker van Alfa de bedrijfsstructuur tegen het licht gehouden. Mijn visie op het vak van accountants is behoorlijk veranderd."



BERT TEN OEVER CAMPING DE HONDSRUG

www.hondsrug.nl



Bert ten Oever: "Ik vind het mooi om te zien dat onze zoon Dick er zin in heeft om de zaak over te nemen."

Van vijf tentjes in 1960 naar grote familiecamping nu

Camping De Hondsrug is een comfortabele familiecamping in Eext. Dit jaar beleeft de Drentse camping haar tweeënzestigjarige bestaan. De derde generatie Ten Oever staat inmiddels te trappelen om de camping volledig over te nemen. Dankzij de continue investeringen groeide het kampeertertje van zo'n vier à vijf tentjes uit tot de van vele gemakken voorziene camping van vandaag. Door steeds alert te zijn op veranderende behoeften van campinggasten en door kansen op het juiste moment te pakken.

In gesprek met Bert ten Oever gaan we even terug in de tijd, naar het jaar 1960. In dat jaar kochten zijn vader en moeder samen met de familie Koops zes hectare grond aan, waarop zich toen al een heel klein kampeertertje bevond. Die familie was ook eigenaar van café 'De Hondsrug' en had een eigen appelboomgaard.

Van houthandel naar campingbaas

Bert: "Mijn vader had in die tijd naast de camping nog een houthandel, waar hij begin jaren vijftig mee was gestart. Op dat moment nog aantrekkelijk, omdat hij veel hout als stuthout verkocht aan de Limburgse en Duitse mijnen. In die tijd stelde kamperen nog weinig voor. We hadden nog een vijf-en-een-halfdaagse werkweek. Mensen hadden amper tijd om te kunnen kamperen. Toch was kamperen

toen al een grote hobby van mijn vader en moeder. Zij gingen in die tijd met hun Volkswagen Kever met aanhangertje graag kamperen in het buitenland. De camping is bij hem dus hobbymatig ontstaan."

In 1965 gaan de familie Ten Oever en de familie Koops in goed overleg uit elkaar. Ze verdelen de grond. De familie Ten Oever gaat zelfstandig met vier hectare grond verder. Het bedrijf krijgt onverwacht een extra stimulans door de komst van aardgas in 1967. Bert: "De mijnen gingen in die tijd dicht, dus mijn vaders afzet van zijn houthandel naar die mijnen stopte. Daarom nam hij toen de beslissing om zich volledig te storten op het campingbedrijf. Daar zag hij nieuw brood in." Door de vijfdaagse werkweek kregen mensen meer vrije tijd.

Uitbreiding en ontwikkeling

Bert en zijn vrouw Wil benutten in de jaren daarna de kans om nabije gronden aan te kopen en breiden het kampeertertje zo verder uit. In de jaren zeventig ontstaat bovendien een warme belangstelling voor stacaravans, die worden gestald op het terrein. In 1976 neemt Bert het bedrijf van zijn vader op papier over en een kleine tien jaar later wordt een groot buitenbad geopend. Ook andere ontwikkelingen gaan door. Zo moest in het begin nog water worden getapt bij het sanitairgebouw en elektriciteit werd afgenomen via auto-accu's, die in een speciaal gebouw werden opgeladen.

In de jaren daarna werd de gehele camping voorzien van elektriciteit. "In de jaren tachtig kwam de burgemeester bij ons: je kunt nu nog van subsidie profiteren als je riolering laat aanleggen. Daar had die burgemeester ook belang bij, want zodra wij die zouden aanleggen, konden daar ook weer andere nabije gebieden op worden aangesloten. Met die subsidie hebben we binnen twee jaar de gehele camping voorzien van riolering. Een behoorlijke operatie,



Een deel van camping De Hondsrug dat specifiek is ingericht voor toeristische stapplaatsen.

ook omdat het terrein glooiend is. Dat is overigens ook weer een voordeel. Omdat je hierdoor vrij verval hebt, hoef je geen pompen te gebruiken."

Als Berts vader in 1995 overlijdt, worden toekomstplannen gesmeed. Sanitairgebouwen worden vervangen of gestript en aangepast. Ook moet de grond eind jaren negentig opnieuw open, omdat er problemen zijn met de waterdruk in het waterleidingnetwerk. Alle standplaatsen worden bemeterd en CAI-kabels worden aangelegd. Het plaatsen van de meters drukt direct de kosten, omdat campinggasten moeten bijbetalen voor verbruik boven het ingecalculerde 'standaardverbruik'. Daardoor laten de campinggasten die eerder hun oude, stroomvretende koelkast gezellig meenemen op vakantie, het apparaat nu thuis.

Bedrijfsovername

In 2003 is het voor Dick, de zoon van Bert en Wil, duidelijk dat hij in de toekomst de

camping van zijn ouders wil overnemen. Alfa adviseert op dat moment om de camping, die dan nog een bv met een beheerstructuur is, om te laten zetten in een vof, omdat dit veel fiscale en financiële voordelen heeft. Bert: "Dick gaat het bedrijf nu definitief overnemen, oftewel kopen. Daarvoor hoeft hij niet de hoofdprijs te betalen, maar wij willen wel een rustige oude dag kunnen hebben. Alfa, de notaris en de bank zijn nu bezig om de laatste dingetjes te finetunen inzake de overdracht. Ik vind het mooi om te zien dat Dick er zin in heeft om de zaak over te nemen. Ik weet nog goed hoe het voelt 'als papa alle dagen nog rondloopt', dat heb ik met mijn eigen ouders meegemaakt. Er blijft altijd een generatieverschil in opvattingen. Bepaalde dingen hoeven voor mij niet meer, maar dat is mijn leeftijd en dat kan ik ook goed begrijpen. Daarom is het goed dat wij straks verhuizen naar een woning verderop, zodat we ook fysiek iets meer op afstand zitten."





Plezier en ontspanning voor iedere campinggast.

Huidige situatie

Camping De Hondsrug heeft op dit moment jaarplaatsen, seizoensplaatsen (van 1 april tot 1 oktober) en toeristische plaatsen. Van de stacaravangasten keert jaarlijks 99,9 procent terug, van de toeristische gasten 50 tot 60 procent. Er zijn circa 400 tot 450 plaatsen te verdelen, waarvan 200 stacaravanplaatsen en 100 seizoensplaatsen plus 24 verhuureenheden. Ook worden zandkastelen verhuurd en sheddy's. Dan resteren er nog 150 tot 160 toeristische plaatsen. "Dit jaar verhuizen we ook eenoudergezinsplaatsen – een initiatief van onze zoon Dick en de receptioniste. We kregen hier geleidelijk meer vragen over binnen en daarom hebben we er nu een apart veld beschikbaar voor gesteld. Er wordt redelijk goed op geboekt. Ook bezoekers van de TT Assen komen graag op de camping overnachten. We merken wel dat campinggasten steeds meer luxe en comfort willen. Zo is een goede wifi-verbinding voor de meeste mensen nu een eerste levensbehoefte als ze op vakantie zijn. Daarnaast proberen we zo duurzaam mogelijk te zijn. We hebben een

laadpaal voor de elektrische auto, het buitenbad wordt verwarmd door zonnecollectoren en er is overall ledverlichting. Dat gaan we ook doorvoeren bij onze sanitairgebouwen. Ook oriënteren we ons op een elektrische maaimachine."

Uitdagingen

De camping kent ook uitdagingen, zoals de coronatijd. Die tijd is de camping uiteindelijk bijzonder goed doorgekomen. "In het begin niet, maar onze stacaravangasten konden gelukkig wel blijven komen, vanwege hun eigen sanitaire voorzieningen. Toen de eerste lockdown werd afgekondigd, ging het bij ons ook van hard waaien naar volledig windstil. Dan droogt wel acuut je geldstroom op, je reserveringen houden op, alles houdt op. Op het moment dat kamperen weer toegestaan werd, stroomden de reserveringen gelijk weer binnen. Mensen krijgen ook in de gaten dat ze bij een nieuwe lockdown thuis zitten en geen kant op kunnen. De stacaravanmarkt is niet voor niets booming. Onze huidige uitdaging is vooral personeelsgebrek. We hebben nu een

extern schoonmaakbedrijf en beveiligingsbedrijf ingezet, omdat we hier zelf de handjes niet meer voor hebben."

Relatie met Alfa

Camping De Hondsrug is inmiddels ruim twintig jaar klant bij Alfa. "Ik heb een heel goede relatie, vooral met senior assistent accountant Alfred Koning. Wij weten van elkaar hoe we in elkaar zitten, we houden van korte lijntjes. Hij kan heel snel gegevens produceren als er investeringen aankomen of als jaarrapporten moeten worden samengesteld. Ook de omzetting van bv naar vof is goed begeleid. Daarnaast hebben we de loonadministratie bij Alfa ondergebracht. Ik heb een heel fijn gevoel bij deze organisatie. Hun goede advies is mij veel waard, zeker nu de bedrijfsverdracht naar onze zoon loopt."

Vernieuwde digitale dienstverlening

Meer gemak, inzicht en overzicht via een digitale boekhouding

Alfa is voortdurend scherp op verbetering van de kwaliteit van haar dienstverlening. Daarbij luisteren we zo goed mogelijk naar de wensen van onze klanten. Zo hebben we recent het platform 'Mijn Alfa' ontwikkeld waarmee we je facturen digitaal kunnen verwerken in de boekhouding.

Al je facturen en bonnetjes kun je digitaal via Mijn Alfa uploaden vanaf je computer, je telefoon of per mail insturen. Je facturen (in- en verkoopfacturen) komen zo op één plek overzichtelijk bij elkaar in een digitaal dashboard. Alle verwerkte facturen kun je opzoeken in je digitale archief. Hiermee zijn uitpuilende mappen voorgoed verleden tijd. En wil je een factuur terugvinden, dan kan dit door middel van een paar muisklikken.

Inzicht in actuele cijfers

Door het gebruik van Mijn Alfa hoef je je facturen niet langer meer 'op te sparen' voor de btw-aangiftes. Je kunt de facturen direct na ontvangst heel gemakkelijk en veilig uploaden en deze worden vervolgens verwerkt in je boekhouding. Via Mijn Alfa kun je heel gemakkelijk betaalbatches aanmaken. Doordat al je facturen direct verwerkt worden, kun je sturen op basis van actuele tussentijdse cijfers die zichtbaar zijn in het Alfa Management Paneel (in Visionplanner). Zo krijg je sneller inzicht en daarmee belangrijke stuurinformatie voor je bedrijf.

Win-winsituatie

Alfa's interne processen worden momenteel aangepast voor deze digitale manier van factuurverwerking. Doordat straks alle facturen gespreid via Mijn Alfa automatisch in de boekhouding worden verwerkt, verdwijnen bij Alfa de pieken van werkdruk tijdens de btw-maanden. Daardoor kunnen wij klanten gedurende het hele jaar nog beter voorzien in de adviesbehoefte. En een bijkomend voordeel: als klant ben je altijd 'bij'. Digitale factuurverwerking geeft dus een win-winsituatie voor jou als klant én voor onze organisatie.

Wanneer kan ik gebruikmaken van Mijn Alfa?

De komende maanden worden de eerste klanten uitgenodigd om gebruik te gaan maken van Mijn Alfa. Als het zover is, word je hierover geïnformeerd. Ben je een agrarische klant en maak je gebruik van Agrinota? Dan moeten jouw data omgezet worden (Mijn Alfa is een doorontwikkelde versie van Agrinota). Goed om te weten: als je van Mijn Alfa gebruik gaat maken, word je uiteraard stap voor stap goed meegenomen in de overgang.

Wat verandert er nog meer?

De digitalisering van onze dienstverlening gaat gestaag verder. Zo heb je wellicht al gemerkt dat de jaarrekening inmiddels ook digitaal ondertekend kan worden via het Alfa Management Paneel. Vanwege de belangrijke IT-component in onze administratieve dienstverlening, kunnen we straks onze dienstverlening aanbieden in abonnementsvormen. Binnenkort vertellen we je hier meer over.



WERKEN BIJ ALFA

Groeien bij Alfa is
— jezelf ontwikkelen als
— mens en professional



Groeien bij Alfa

Ken of ben jij iemand die wil groeien en op zoek is naar een baan in de accountancy? Denk dan eens aan Alfa. Medewerkers ervaren ons als een leuke en betrouwbare werkgever (bron: medewerkerstevredenheidsonderzoek 2021) en dit wordt onderstreept in de MT500. Zie www.werkenbijalfa.nl voor een overzicht van onze vacatures of kom vrijblijvend eens langs voor een kopje koffie.

PUBLICATIES

Alfa opnieuw beste werkgever

MT500

Op 23 juni jl. is de MT500 gepubliceerd en had Alfa drie keer reden tot juichen. Eén: we continueren onze eerste plaats in de categorie 'goed werkgeverschap' onder de advocaten- en accountantskantoren en managementconsultancy. Twee: in diezelfde categorie, maar dan overall, zijn we met reuzenstap gestegen van plaats negen naar plaats twee. En drie: ook onze inspanningen op het gebied van duurzaamheid worden (h)erkend. Behaalden we vorig jaar plaats vier, dit jaar zijn we doorgestegen naar plaats twee. Lees hierover meer op www.alfa.nl/mt500.

TRANSPORT



Arco van Gaalen (l) en Roy Mols (r)

Eerste Lean & Green Star voor transportbedrijf Koos van Gaalen BV

Alfa-klant Van Gaalen heeft medio juni een Lean & Green Star in ontvangst mogen nemen. Het transportbedrijf uit Poeldijk is hierbij begeleid door Alfa en Greenaumatic. Om het bedrijf te verduurzamen, zijn door de transportondernemer de volgende stappen ondernomen:

- Er is meer vracht uitbesteed aan collega-transportbedrijven.
- Er is meer focus gekomen op de beladingsgraad.
- Er zijn extra planners aangenomen.
- Medewerkers worden nu jaarlijks bijgeschoold, onder andere op het gebied van zuinig rijden.
- Het gehele wagenpark is Euro 6; deze norm moet de emissie van bepaalde vervuilende uitlaatgassen van wegvoertuigen terugdringen.

Lees meer op www.alfa.nl/leangreen.

ORGANISATIENIEUWS

Nieuw bij Alfa



Rob den Hollander

Rob den Hollander is op 1 mei jl. gestart in de functie van directievoorzitter van Alfa in Barneveld en Harderwijk. Tot 2019 was Rob actief bij Rabobank Gelderse Vallei (waar Barneveld onder valt), daarna was hij onder meer directeur Bedrijven van Rabobank Vallei en Rijn. Rob wil met name bouwen aan verdere groei van de mkb-portefeuille. "Daar liggen veel kansen, waaronder ook in de regio Harderwijk en delen van Flevoland. Met de uitbouw van het team kunnen we waarmaken wat we de klanten toezeggen, en klanten ook helpen meer vanuit de actualiteit te ondernemen. De agrarische portefeuille is solide, maar kent natuurlijk vele uitdagingen rondom het stikstofdossier. Ook daar kunnen we vanuit onze kantoren klanten goed begeleiden met advies."



Marleen van Herpt

Marleen van Herpt Sinds 1 juli jl. is Marleen van Herpt de nieuwe directievoorzitter van Alfa Registeraccountants (onderdeel Alfa Accountants en Adviseurs), na zeven jaar gewerkt te hebben bij PwC in Amsterdam, waar haar laatste functie Director Audit Support was.

Medewerkers van Alfa verhuizen

Alfa Meppel

Alfa in Meppel heeft op 22 juli jl. haar deuren gesloten. De medewerkers van kantoor Meppel werken nu vanuit de vestigingen in Zwolle en IJsselmuiden. Eind dit jaar betreft Alfa een nieuw kantoor in Zwolle, nabij het centrum en de opritten van de A28. Ook de medewerkers van kantoor IJsselmuiden nemen dan hun intrek in het nieuwe pand aan de Burgemeester Roelenweg 13, dat energiezuinig is (nu al een A-label).

Alfa Sneek

Per 1 oktober a.s. verhuist Alfa in Sneek naar een nieuwe locatie in Sneek: de

"Voor mij voelt de stap naar Alfa als verdergaan naar waar ik ooit voor gegaan ben in het vak: mijn passie voor middelgrote ondernemingen". In haar nieuwe functie is Marleen verantwoordelijk voor de landelijke aansturing en begeleiding van zowel klanten als medewerkers. "Klanten van Alfa Registeraccountants zijn met name middelgrote ondernemingen en zij krijgen te maken met steeds toenemende regelgeving. Kwaliteitsborging is daarbij heel belangrijk."



Angelique Hendriks

Angelique Hendriks Alfa heeft Angelique Hendriks per 19 september benoemd tot nieuwe directeur van het kantoor in IJsselstein. De inwonster van Hedel neemt veel bancaire ervaring mee, met name als manager zakelijke relaties en groot-zakelijk. De laatste jaren was zij actief als business consultant. Angelique Hendriks krijgt de leiding over een kantoor met 34 medewerkers. In haar rol gaat zij nauw samenwerken met Remco Nonkes, directievoorzitter van de vestigingen IJsselstein, Amersfoort en Nijkerk. "Alfa is een prachtbedrijf. Waar ik aan wil werken is het nog meer uitwisselen van de kennis en ervaring die er al zijn. We kunnen die onderling nog meer delen. We doen het al heel goed, maar het kan altijd nog beter."

PRINSJESDAG



Belangrijkste fiscale maatregelen Prinsjesdag

Dinsdag 20 september 2022 jl. was het Prinsjesdag. Koning Willem-Alexander las de troonrede voor en Sigrid Kaag presenteerde de Miljoenennota en de begrotingen. Op www.alfa.nl/prinsjesdag vind je een overzicht van de wijzigingen en veranderingen. Heb je hier vragen over? Neem dan contact op met je Alfa-adviseur.

SPONSORING

Alfa ondersteunt Dutch Food Week



Van 8 tot en met 15 oktober aanstaande vindt de Dutch Food Week plaats; een initiatief van de topsector agri & food, waarin veel klanten actief zijn. Des te meer reden om dit initiatief, ook vanuit Alfa, te ondersteunen. Diverse partijen uit de foodsector delen in de Dutch Food Week hun enthousiasme, kennis en kunde met de samenleving. Kijk voor meer info op www.dutchfoodweek.nl.

Rapporteren over langetermijnwaardecreatie – hoe doe je dat?

Steeds meer bedrijven beseffen dat het niet alleen belangrijk is dat je een positief resultaat behaalt. Het gaat er vooral om dat je als bedrijf toekomstbestendig bent én onderneemt met oog en respect voor mens, milieu en maatschappij. Anders gezegd: het gaat steeds meer om langetermijnwaardecreatie. De aandacht daarvoor is vooral bij familiebedrijven al van nature aanwezig. Maar hoe rapporteer je daarover?

De Corporate Sustainability Reporting Directive (zie kaders) is van toepassing op grote bedrijven, die meer over hun prestaties op het gebied van duurzaamheid moeten gaan rapporteren. Ook het mkb gaat te maken krijgen met deze richtlijn, in vereenvoudigde vorm. Dit betekent dat van mkb-ondernemers wordt verwacht dat ze in de komende jaren stappen zetten op het gebied van (verdere) verduurzaming en de rapportage over niet-financiële doelstellingen.

Dat is mede nodig, omdat klanten strengere eisen kunnen en zullen gaan stellen op het gebied van duurzaamheid. Wanneer je als mkb-ondernemer niet voldoet aan het door hen gewenste profiel, kan jouw klant zaken gaan doen met een concurrent, die anders omgaat met bijvoorbeeld personeel, energie, transportbewegingen, verpakkingsmaterialen en afvalverwerking. Kijk bijvoorbeeld naar overheidsbedrijven, die steeds kritischer worden op de schoonmaakdiensten die ze aanbesteden. Anders gezegd: door hier op tijd op voor te sorteren, verklein je de kans dat je als ondernemer op een gegeven moment buitenspel wordt gezet. Zowel door je afnemers als door je toeleverancier(s). Wees er als mkb-ondernemer dus op bedacht dat grote bedrijven jouw bedrijf nadrukkelijker gaan screenen op je duurzame karakter en aspiraties.

Langetermijnwaardecreatie

Langetermijnwaardecreatie kent een vrij formele definitie: 'Het gezamenlijke resultaat van het gedrag en de acties van alle actoren binnen en buiten de onderneming, gericht op gedeelde en duurzame financiële en niet-financiële waardecreatie voor al haar interne en externe stakeholders. Een onderneming die kiest voor langetermijnwaardecreatie besteedt aandacht aan het belang van milieu, medewerkers en maatschappij, naast het belang van aandeelhouders. Beursgenoteerde bedrijven zijn wettelijk verplicht om periodiek te rapporteren over niet-financiële aspecten in hun bedrijfsvoering. Maar ook voor een mkb-onderneming is waardecreatie op de lange termijn interessant.

Aanpak verslaggeving

Ons advies aan het mkb is: wacht niet te lang met het verzamelen van data over de niet-financiële aspecten binnen je bedrijfsvoering. Zorg ervoor dat je daar jaarlijks zorgvuldig en transparant over rapporteert. Wacht ook niet te lang met het publiceren van betrouwbare niet-financiële sector informatie die relevant is voor jouw sector. Je bewijst daarmee ook je collega-ondernemers een dienst.

Voorbeelden

Een toelichting op drie sectoren:

- Transportsector**
 Een belangrijk thema in de transportsector is het energieverbruik. Daarbij speelt de reductie van fossiele brandstoffen een belangrijke rol, evenals manieren om de CO₂-uitstoot terug te dringen en investeren in elektrisch rijden. Ook het in beeld brengen (en terugdringen) van bijvoorbeeld personeelsverzuim en -verloop dragen in de transportsector bij aan een duurzamere bedrijfsvoering.
- Tuinbouwsector**
 In de tuinbouwsector is vooral het energieverbruik (gas en elektra) voor het verlichten en verwarmen van de kassen een duurzaam thema. Daarnaast kun je in deze sector denken aan CO₂-reductie en het terugdringen van het watergebruik. Ook het verlagen van transportkosten is een belangrijk onderwerp.
- Bouwsector**
 In de bouwsector is de stikstofuitstoot een indicator. Daarnaast kun je in deze sector bijvoorbeeld denken aan het verbruik van grondstoffen, afvalreductie en het gebruik van herbruikbare materialen. Ook het verlagen van de CO₂-uitstoot en het terugdringen van het brandstofverbruik van bouwmachines dragen bij aan verduurzaming. Tot slot speelt ook in deze sector de inzet en omgang met personeel (denk aan verloop, verzuim en letsel) een grote rol bij verduurzaming.

Vertrouwen in duurzaamheidsverslaggeving

Onder invloed van de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) moet worden gerapporteerd over niet-financiële aspecten; zodanig dat bijvoorbeeld een accountant hier assurance aan kan verlenen. Dat is belangrijk: met een handtekening van een accountant eronder mag je er als belanghebbende, als consument en als bedrijf erop vertrouwen dat de informatie in die rapportage klopt. Een bedrijf dat zich in de praktijk schuldig maakt aan greenwashing behoort in de praktijk geen handtekening te krijgen.

Praktische tips

Wil je aan de slag met het rapporteren over de (verdere) duurzaamheidsprestaties van jouw bedrijf? Dan adviseren we je om te starten met deze praktische tips:

1. Formuleer voor jouw bedrijf twee of drie relevante niet-financiële prestatie-indicatoren (KPI's).
2. Verzamel binnen je bedrijf op gestandaardiseerde wijze relevante data met betrekking tot die KPI's.
3. Publiceer periodiek op transparante wijze over de voortgang van deze KPI's.
4. Vertel kort en krachtig op je website op welke KPI's je stuurt en waarom, zodat voor potentiële klanten en andere stakeholders duidelijk is waar je staat en waar je naartoe werkt.

Maak het niet te ingewikkeld, begin eenvoudig en bouw het dan langzaam verder uit. Zorg ondertussen voor voldoende draagvlak binnen je eigen bedrijf, zodat aandacht voor duurzaamheid de norm wordt. Maak daarnaast gebruik van best practices bij collega-ondernemers. Door niet zelf het wiel uit te hoeven vinden, zet je sneller stappen op weg naar langetermijnwaardecreatie.

Wil je meer weten over dit onderwerp? Neem dan contact op met je Alfa-adviseur.

HARM VAN DER PLOEG KONINKLIJKE TICHELAAR

www.tichelaar.nl

Hoe het oudste keramiekbedrijf van het land zichzelf opnieuw uitvond



Precies 450 jaar bestaat het oudste keramiekbedrijf van Nederland: Koninklijke Tichelaar in Makkum. Het is een naam die doet denken aan sieraardewerk, ooit - in goed Fries - de corebusiness. Maar tijden veranderen. Tegenwoordig ligt de focus op bouwkeramiek, een duurzaam bouwproduct dat in trek is bij de doelgroep van trendgevoelige architecten en designers. En al lang niet meer in eigen land, vertelt directeur Harm van der Ploeg trots.

Harm van der Ploeg



“**W**e hebben net een project in Australië binnengehaald. We zitten in Amerika, Hong Kong, Dubai. Een architect die iets bijzonders zoekt, komt uiteindelijk bij ons terecht.” Zo is het werk van Koninklijke Tichelaar over de hele wereld te bewonderen. Van de gevelbekleding van het Groninger Museum tot de conceptstores in de Verenigde Staten. Vanwege het jubileum is het een jaar lang feest in Makkum, waar het bedrijf nog altijd produceert. Tot 30 september fungeerde de oude aardewerfabriek als open atelier. Bezoekers konden kosteloos kennismaken met duurzame productietechnieken voor keramiek. Met sieraardewerk kon Tichelaar tot eind jaren negentig z'n koninklijke status te gelde maken. “Toen zagen we aankomen dat het minder werd. Hoe kon het bedrijf levensvatbaar blijven? We zijn gaan experimenteren met fijnkeramiek zoals bekers en schalen, in cocreatie met bekende Nederlandse ontwerpers. Dat bleek niet helemaal de weg te zijn om te bewandelen. Maar het gaf ons wel het inzicht om de stap naar bouwkeramiek te zetten.”

Nieuwe kennis en kunde

Het is een complete ommezwaai voor Koninklijke Tichelaar. Harm: “We gingen van voorraad-projectproductie en van vaste afnemers naar afnemers per project. We hadden nieuwe kennis en kunde nodig. En het was spannend. Een architect heeft een bepaald budget. En een bouwproject duurt lang. Je bent gauw drie, vier, vijf jaar verder. In die tijd kan er veel gebeuren, dat zie je nu.”

Harm van der Ploeg, hier met productontwikkelaar Kita Keus: “Cocreatie met bekende Nederlandse ontwerpers gaf het inzicht om de stap naar bouwkeramiek te zetten.”



Grote verantwoordelijkheid

Sinds 2019 is Harm directeur van het bedrijf. Daarvoor stonden in vier en een halve eeuw dertien generaties Tichelaar aan het roer. Voor een bedrijf met deze statuur waren het grote schoenen om aan te trekken, erkent hij. "Jan Tichelaar, de laatste generatie, was al een paar jaar weg. Er waren al wat wisselingen geweest. Een last vond ik het niet. Een grote verantwoordelijkheid wel, directeur van het oudste keramiekbedrijf van Nederland. Maar uiteindelijk gaat een bedrijf altijd over mensen. Je wilt het samen met de mensen goed doen. Ik heb me vanaf dag één welkom gevoeld. Ik ben Fries van origine, al zou dat niet moeten uitmaken. En ik heb daarvoor altijd in de bouwindustrie gewerkt, bij toeleveranciers. De branche ken ik."

Geen makkelijk product

Waar vergelijkbare bedrijven al lang de productie naar het Verre Oosten hebben verplaatst, blijft Koninklijke Tichelaar Makkum trouw. Ook omdat high-end bouwkeramiek en 'made in China' niet helemaal samengaan. "Bouwkeramiek is geen makkelijk product", weet Harm. "Het is een natuurproduct. De oven is de scheidsrechter. Ik vergelijk het weleens met koken en bakken. Tijdens het koken kan een kok nog bijsturen. Beetje water

erbij, beetje zout. Maar als iets in de oven gaat, kun je niet meer bijsturen. Daarvoor moet je alle parameters onder controle hebben. Je hebt vakmensen nodig die vaker met dat bijltje hebben gehakt. Je leert het niet op school."

Roerige tijden

Ook al bestaat het bedrijf vier en een halve eeuw, continuïteit is niet gegarandeerd weet Harm. "Het zijn roerige tijden. Daar moeten we doorheen als internationaal bedrijf met ambities. Eerst kwam corona waardoor we geen kant op konden. Energie is een uitdaging, we hebben gas nodig. En personeel is ook lastig te vinden, al krijgen we nog steeds jonge mensen die hier aan de slag te willen gaan. Pas nog, iemand die graag keramiek wil schilderen."

Alfa in Leeuwarden is al jaren de vaste accountant en adviseur. "Met relatiemanager Michiel Kars heb ik een paar keer per jaar contact, om stukken door te nemen of bijzonderheden te bespreken. Alfa doet voor ons ook de lonen. We hebben nog een bv met een paar oud-aandeelhouders erin, dat is ook geen doorsnee ding. Het is niet zo dat we elke week contact hebben, dat is ook niet nodig. Maar als we contact hebben loopt het altijd soepel. Ik ben tevreden over Alfa."



"Bouwkeramiek is geen makkelijk product. Het luistert nauw; je moet alle parameters in het productieproces onder controle hebben."



Interview

VIRGINIA YANQUILEVICH DOPPER

www.dopper.com

Ook gedragsverandering komt bij Dopper voortaan uit de kraan

Dopper. Dan denk je aan het stijlvol vormgegeven waterflesje van Hollandse bodem, dat een eind moet maken aan de wegwerpplastic waterfles – en de vervuiling van de oceanen. Sinds 2009 gingen er miljoenen over de toonbank. Dertien jaar lang heeft Dopper aandacht gevraagd voor het probleem en daarbij een oplossing geboden in de vorm van een herbruikbare fles. Ondanks het feit dat Dopper veel impact heeft weten te maken met haar activiteiten en het verspreiden van haar missie, worden er dagelijks nog steeds miljoenen wegwerpplastic waterflesjes verkocht. "Dat is de reden om de Dopper Water Tap te introduceren", zegt Virginia Yanquilevich, CEO van Dopper.

"N a het uitvoeren van gedragsonderzoek naar de redenen waarom mensen deze wegwerpwatervlessen nog steeds kopen is het ons nóg duidelijker geworden dat het tijd is om te innoveren en de volgende stap te nemen. Dit om meer impact te maken, het gedrag te veranderen en uiteindelijk een nieuwe norm te creëren rondom het drinken van water."

Stilstaand water is het nooit geweest bij Dopper. In dertien jaar tijd kende het Haarlemse bedrijf ups én downs. Corona was er zo eentje, net op het moment dat er zeventien medewerkers waren aangenomen om de internationale expansie bij te benen. "Maar we waren ineens minder relevant. Mensen gingen minder naar buiten, winkels waren dicht, events gingen niet door. De wereld stond op zijn kop. We moesten herstructureren", zegt Virginia die het bedrijf leidt. Oprichter Merijn Everaarts heeft daardoor zijn handen vrij om onder andere als gezicht van het merk op te treden en nieuwe, impactvolle projecten op te starten. Het idee om een watertap te ontwikkelen bestond al langer. Virginia heeft de urgentie achter het project gezet en het team samengesteld om dit te kunnen realiseren.

Impact gemaakt

"We hebben veel impact gemaakt de afgelopen jaren. Zo hebben we voorkomen dat ruim 75.000.000 kilo plastic in de oceanen is beland. We hebben 37.400 mensen in Nepal geholpen aan schoon drinkwater en duizenden kinderen voorzien van educatie rondom het water- en plasticprobleem. En inmiddels hebben ruim 620.000 mensen en bedrijven zich verbonden met onze Dopper Wave, waarin iedereen aangeeft geen gebruik meer te maken van single-use plastic waterflesjes."



Join the Wave against single use plastic

“Naast het herbruiken en hervullen van je waterfles maken we water nu ook makkelijk vindbaar.”



Virginia Yanquilevich

Onderzoek doen

Maar het plasticprobleem blijft bestaan. Het bedrijf zet er een extern bureau aan om onderzoek te doen, waarom de consument toch die vervuilende wegwerpplastic flesjes met water blijft kopen. Virginia: “Het heeft er vooral mee te maken dat het nog te makkelijk is om een plastic flesje mineraalwater te kopen. Mensen vinden het daarnaast onhygiënisch om hun fles op plekken als het toilet bij te vullen. Ook wisten mensen niet goed waar ze nou precies hun fles kunnen bijvullen met water.”

Goed gedrag belonen

De conclusie: er moet iets komen om het eenvoudig en leuk te maken om je eigen fles te hervullen. Dit is het begin van de Doppler Water Tap. Twee jaar lang gaat een eigen ontwikkelingsteam aan de slag. Niet om een kraan 2.0 te maken maar – in de woorden van Virginia – ‘een stap verder te gaan’. “Een volgende stap betekent voor Doppler het creëren van een nieuwe norm als het gaat om het drinken van water. Daarvoor hebben wij een watertap ontworpen die net als onze fles gemaakt is om impact te maken, met een iconisch en duurzaam design. De Doppler Water Tap belooft goed gedrag door een emotionele trigger en inspireert om dit gedrag te herhalen. Oftewel een watertap, ontwikkeld om gedrag te veranderen”, zegt Virginia.

Ze legt uit hoe. “De watertap werkt hands free. De ingebouwde sensor registreert dat een gebruiker de fles wil vullen. Een

interactieve flowmeter meet vervolgens de hoeveelheid, met internet-of-things-technologie. Elke keer als er water wordt getapt laat een led-scherm zien wat de impact is: uitgedrukt in aantal bespaarde pet-flessen, het aantal getapte liters of de besparing in CO₂. Die impact kun je via een dashboard intern delen met je gebruikers, maar ook extern.”

Watertappunten op Google Maps

Ook aan het probleem dat gebruikers niet weten waar ze water kunnen tappen heeft Doppler iets gedaan. Alle watertappunten in Nederland zijn gemakkelijk vindbaar op Google Maps. Virginia: “We voegen daarmee iets toe aan ons portfolio. Naast het herbruiken en hervullen van je waterfles maken we water nu ook makkelijk vindbaar.”

De watertap moet straks te vinden zijn in kantoren, universiteiten, winkels, musea, treinstations, luchthavens en sportclubs. Op 28 september was er een feestelijke launching party, samen met Alfa en een aantal andere partners van het eerste uur in Naturalis in Leiden. “We wilden niet zomaar een plek voor de lancering, maar één die ons verhaal versterkt. Bij Naturalis kun je zien hoe belangrijk biodiversiteit eigenlijk is.”

Business-to-business

Met de introductie van de eigen tap stapt Doppler in een ander productcategorie. “Na dertien jaar zetten we een nieuw product naast onze fles op de markt. Het is voor ons

een heel bijzonder moment. Wij starten in Nederland en gaan internationaal uitbreiden. Ons doel is een stap dichterbij onze missie te komen.”

Internationale markt

Niet dat de fles naar het tweede plan verhuist. Want al heeft elk huishouden inmiddels het iconische flesje wel staan: de ontwikkeling gaat door. Virginia: “De strategie achter ons assortiment is ervoor zorgen dat niemand een excuus heeft om geen kraanwater te drinken. Daarom hebben wij de afgelopen jaren variaties van de Doppler fles op de markt gebracht. Altijd met de ambitie om de meest duurzame producten te ontwikkelen. En met trots kunnen we zeggen dat dit gelukt is.”

Pogingen om de Amerikaanse markt te veroveren zijn voorlopig in de ijskast gezet. Doppler zoekt het dichterbij huis, zegt Virginia. “De focus ligt op Nederland, België, Duitsland, Frankrijk en Spanje, stap voor stap. Dat vinden we belangrijker dan overal aanwezig zijn en dan maar een beetje doen. En iedere markt heeft weer een andere uitdaging. Andere gewoontes, een andere perceptie van water. In sommige landen vinden mensen kraanwater niet lekker en smaakt het naar chloor. Daarom passen we onze boodschap aan. In Nederland ligt het accent op de herbruikbare flesjes, in een ander land bijvoorbeeld op: je kunt water uit de kraan gewoon drinken.”

Jeroen Scheffer is namens Alfa de klantbeheerder bij Doppler



Jeroen Scheffer

“Ik zit behoorlijk diep in de Doppler-organisatie geworteld”, zegt Jeroen Scheffer, klantbeheerder en accountant, met veel gevoel voor understatement. In 2017 is hij zelfs een tijdlang interim financieel manager om orde op zaken te stellen. Ook in coronatijd trekken Doppler en Alfa nauw samen op, zegt CEO Virginia Yanquilevich. “Ik heb mij toen heel erg in de financiën verdiept. Daarom heb ik Jeroen gevraagd om mij te ondersteunen. We moesten keuzes voor de lange termijn maken, we wilden investeren in nieuwe ontwikkelingen. Dan is het heel fijn als je iemand als Jeroen kunt inzetten als sparring-partner.”

De waardering gaat zelfs zover dat Jeroen wordt gevraagd aan te blijven als klantbeheerder, als hij verhuist van Alfa in Aalsmeer naar Emmen. Jeroen: “Het is twee uur rijden, enkele reis. Gelukkig is door corona videobellen heel normaal geworden. Maar eenmaal per kwartaal komen we wel nog fysiek bij elkaar. Sommige dingen kun je beter persoonlijk bespreken.”

‘Eigen mening’

Jeroen is niet de enige die namens Alfa Doppers zaken behartigt. Nick Simons is verantwoordelijk voor de interne boekhouding, Rogier van Soest is aangehaakt als fiscalist en René van Eekelen functioneert als relatiemanager. Zijn klant en accountantsteam het altijd eens? Jeroen: “Doppler neemt dingen aan maar ze hebben ook een eigen mening. Soms vinden zij mijn advies te behoudend: is dit wel een goed idee om te doen? Dan wordt het een sparring-sessie. Waarom zou je dit of dat doen? Ik moet mijn mening ook weleens bijstellen. Meestal ligt de waarheid in het midden.”

‘Mooie samenwerking’

Het is juist daarom dat Jeroen bij Doppler zo wordt gewaardeerd, constateert Virginia. “Jeroen is er niet alleen maar voor de berekeningen. Hij is kritisch. Hij adviseert. Zegt soms: let op. Hij denkt mee. Hij geeft het laatste zetje als ik een goed businessplan heb gemaakt maar toch nog twijfel. Jeroen brengt ons in contact met de juiste mensen, hij wil ook een betere wereld. Het is een heel mooie samenwerking. Dit is een heel levend bedrijf. Er gebeurt veel.” Met een lach: “Maar Doppler is ook het leukste bedrijf om voor te werken!”



Zeven tips van impactvolle ondernemers

Alfa ondersteunt de podcast van Elise Vonk: 'Elise in MVO-land'. Een podcast voor en door ondernemers met duurzame ambities, ofwel: impactvolle ondernemers. Zij geven hierin inspirerende verhalen, praktische tips en inzichten mee. We zetten er hier zeven op een rij.

- 1 Een succesvol product dat voor een negatieve impact zorgt – wil je dat als ondernemer? Natuurlijk vraagt ook een impactstrategie om investeringen, onderbouwing, structuur en een gedegen aanpak, maar het levert uiteindelijk economische, ecologische en sociale winst op.
- 2 Wil je je (duurzaam) ontwikkelen? Doe dan niet alles zelf, doe vooral waar jij goed in bent. Verzamel daarnaast sterke samenwerkingspartners om je heen. Goed voor je focus en snelheid.
- 3 Iedereen binnen je bedrijf kan het verschil maken in impactvol ondernemen. Sluit de verschillende werkzaamheden op elkaar aan in programma's en KPI's.

- 4 Zo kun je de samenwerking, de vooruitgang en het resultaat meten en heb je betrouwbare data voor je verslaglegging.
- 4 Neem je medewerkers mee in je plannen rondom diversiteit en inclusiviteit. Dat zorgt voor verbinding, minder vooroordelen, meer begrip en nieuwe inzichten.
- 5 Presenteer duurzame informatie in kleine, hapklare brokken. Gedoseerd en bij voorkeur visueel (video of infographic), zodat collega's en ketenpartners zich er iets bij kunnen voorstellen.
- 6 Kijk met een andere blik naar reststromen. Voeg er materialenkennis, aandacht, liefde en creativiteit aan toe. Mogelijk levert dit een succesvol nieuw businessmodel op.

- 7 Sluit je aan bij een lokaal, duurzaam ondernemersnetwerk, waarin je veel van elkaar leert en elkaar vooruit helpt op sociaal en duurzaam vlak. Dat inspireert!



Ben je benieuwd naar de verhalen hierachter? Beluister ze dan via: vonk-mvo.nl/podcasts of scan de QR-code.



Onze vestigingen, overal dichtbij

Aalsmeer	088 2531100	Emmen	088 2532200	Leeuwarden	088 2532300	IJsselstein	088 2532900
Aalten	088 2531250	Gorinchem	088 2531950	Naaldwijk	088 2532450	Zelhem	088 2531300
Amersfoort	088 2533500	Groningen	088 2531600	Nijkerk	088 2533200	Zutphen	088 2531350
Arnhem	088 2531800	Hardenberg	088 2532850	Nijverdal	088 2532750	Zwolle	088 2533050
Assen	088 2531550	Harderwijk	088 2531500	Purmerend	088 2532100	Alfa Registeraccountants	088 2533200
Barneveld	088 2531400	Heerhugowaard	088 2532100	Raamsdonksveer	088 2532050	Alfa DAS	088 2533201
Bennekom	088 2531650	Heythuysen	088 2532150	Sneek	088 2533350	Alfa Consultants	088 2533300
Bleiswijk	088 2531850	Hoogeveen	088 2532200	Wageningen	088 2531000		
Buitenpost	088 2532400	Klazienaveen	088 2532250	Winterswijk	088 2533550		
Dodewaard	088 2531750	Langenboom	088 2533450	IJsselmuiden	088 2533000		

Volg ons!

Altijd op de hoogte zijn van het laatste nieuws? Volg ons op Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn en YouTube. Kijk ook op www.alfa.nl.

