

Klanten voor de Big Four gezocht, bij voorkeur jong en met groeipotentie

Zoals zo veel grote bedrijven doen ook de Big Four (Deloitte, PwC, KPMG, EY) hun best aansluiting te vinden bij de wereld van de start-ups. Daar hoort een kakelvers verdienmodel bij. Het uren schrijven vervalt.



Jeroen Piersma en Franka Rolvink Couzy Amsterdam

De vier grote accountantskantoren moeten op zoek naar nieuwe bedrijven. Een deel van hun klanten, de grote concerns, bestaat over tien jaar misschien niet meer. Van de Fortune 500-kandidaten die rond de eeuwwisseling op de prestigieuze lijst van Amerikaanse bedrijven prijken is sindsdien meer dan de helft omgevallen of overgenomen. Relatief nieuwe bedrijven als Google en Facebook hebben hun plaats ingenomen. Maar hoe komen de accountants daar binnen?

Grote accountantskantoren ontwik-

Een afgebakend dienstenpakket voor drie jaar tegen een vast tarief, speciaal voor jonge bedrijven

kelen om die reden programma's, waardoor ze vlakbij jonge ondernemers zitten. In de hoop dat die — eenmaal groot geworden — zullen kiezen voor een Big Four-kantoor. Maar dan dient er wel een flinke kloof te worden overbrugd, want jonge frisse ondernemers denken niet meteen aan een Big Four-kantoor als leverancier van accountancy- of adviesdiensten. Al was het maar omdat de grote kantoren tarieven rekenen die zij als beginner niet kunnen betalen.

EY-partner Patrick Gabriëls heeft daarom een programma bedacht waarbij jonge medewerkers van EY een dag in de week werken bij dezelfde hotspots waar start-ups zich ophouden. Die hotspots variëren van hippe bedrijfsverzamelgebouwen en hightechcampussen tot organisaties zoals Startupbootcamp, die start-ups helpen hun producten naar de markt te brengen. Namen die voorbijkomen, zijn WeWork, ACE Venture Lab en YES!Delft, en in de categorie 'accelerators' of 'bootcamps'

“

'Start-ups stappen niet naar ons kantoor vanwege de onzekerheid over de rekening'



Patrick Gabriëls

High-tech XL en PortXL.

Het is de bedoeling dat de EY-accountant of-adviseur in de wandelgangen en bij de koffieautomaat in gesprek raakt met de jonge ondernemers en aanbiedt te helpen. 'We gaan dus niet op de deur kloppen om onze diensten op een traditionele manier te verkopen, maar we leggen op een natuurlijke manier contact', zegt Gabriëls.

Voor wie meer advies wil, heeft EY een abonnement. Tegen een vast tarief kunnen deze ondernemers drie jaar lang gebruikmaken van een afgebakend dienstenpakket, zoals de controle van een jaarrekening of een belastingaangifte.

Dit is een ommekeer in het verdienmodel van het kantoor. Niet elk uur wordt — zoals gebruikelijk — geschreven en in rekening gebracht. Gabriëls legt uit: 'Willen we relevant zijn voor deze bedrijven, dan moeten we een relevant aanbod hebben. Een belangrijke reden waarom deze ondernemers niet naar een Big Four-kantoor stappen, is de onzeker-

heid over de rekening. Hun liquiditeit is vaak zo krap dat ze geen ruimte hebben voor onvoorspelbare, op uren gebaseerde declaraties.'

Hij bevestigt dat EY op deze contracten niet de voor een Big Four-kantoor gebruikelijke marge behaalt. 'Als we dit systeem op alle klanten zouden toepassen zou dat niet goed zijn voor ons business model.'

Het is een investering in de toekomst, maar dat niet alleen. Het is ook een manier om aan talentontwikkeling binnen EY te doen. Jonge talentvolle EY-medewerkers, die veel repeterend werk doen, krijgen hierdoor volgens Gabriëls meer ervaring en plezier in hun werk. In plaats van hypergespecialiseerd accountantswerk te doen, komen de medewerkers in contact met een breed scala aan problemen die ondernemers moeten oplossen.

Het zijn ook niet de partners, maar over het algemeen jongere — en dus minder dure — medewerkers die worden ingezet. 'Het gaat om mensen van het

Een medewerker van een start-up is aan het bellen in de lounge-ruimte van het werkplek-verhuurbedrijf WeWork in Amsterdam. Op de achtergrond zijn twee andere ondernemers in overleg.

FOTO: HH

niveau manager, zegt Gabriëls. Pakweg honderd EY-mensen nemen deel aan het programma.

Daarnaast poogt EY hiermee ook een innovatieve cultuur te creëren. Wat niet meevalt want grote accountantskantoren zijn net als alle andere grote gevestigde bedrijven op zijn zachtst gezegd niet de ideale omgeving voor innovatie. Gabriëls:

'Onze grootste concurrenten zijn niet de Big Four, maar bedrijven als Google. Dat besef is er. Maar hoe ga je zorgen dat EY-mensen innovatiever gaan werken? Een ideeënbox helpt niet.' Vandaar dat EY sterk gelooft dat de mensen die met start-ups werken met frisse ideeën thuis komen.

Of de nieuwe klanten ook succesvol zijn is nu, na tweeënhalve jaar, nog niet te zeggen. 'The jury is still out', zegt Gabriëls. Een enkele start-up is inmiddels bevorderd tot normale klant, maar verder opereert EY nog vooral in de wereld van de grote belofte.

DE ANDERE DRIE

Op zoek naar weer een Google

'W e zijn allemaal op zoek naar de volgende Google', zegt KPMG-partner Edo Roos Lindgreen. Als innovatieverantwoordelijke heeft hij een team van tien man die de Nederlandse broedplaatsen afstruimt op zoek naar jonge bedrijven met potentieel. Deze — overwegend — adviseurs komen bij Yes! Delft, bij A-lab in Amsterdam-Noord en ook bij Rockstart, een van de partijen die startende bedrijven naar de markt begeleidt.

Ook sloot KPMG zich aan bij de broedplaats die Google met The Next Web aan de Amsterdamse bloemenmarkt opzet. 'Het is goed om in die ecosystemen te zitten', zegt Roos Lindgreen



Naam: Edo Roos Lindgreen

Functie: Partner

Bedrijf: KPMG

wijzend op de samenwerking die ontstaat. Zo heeft KPMG in het afgelopen jaar twintig opdrachten gedaan met start-ups. 'Sommige zijn mislukt, andere opdrachten hadden we nooit kunnen doen zonder die start-up.'

Zo heeft het kantoor Indica ingezet om diep in de data van organisaties te kunnen zoeken. En de start-up Owlin spot voor de KPMG-klanten de technologische trends.

Naast het inzetten van de jonge bedrijven probeert het accountant- en adviesbureau de start-ups met een grote toekomst ook binnen te hengelen als klant. Aan de jonkies worden kortingen gegeven op de uurprijs, 'die kunnen oplopen tot 100%'.

Grote mensenproblemen

P wC organiseert zijn aanwezigheid in de wereld van de start-ups in de eerste plaats internationaal. Het kantoor heeft een wereldwijd netwerk voor 'Emerging Technologies Companies'. Via dat netwerk kunnen start-ups, die doorgroeien naar het 'scale-up-niveau', geholpen worden met hun internationale groei. 'Scale-ups' krijgen al in een vroegtijdig stadium te maken met grote mensenproblemen zoals internationale uitbreiding en fiscale problemen', zegt Ilja Linnemeijer, de partner die bij PwC verantwoordelijk is voor innovatie en technologie.

In Nederland is PwC onder andere aanwezig bij organisa-



Naam: Ilja Linnemeijer

Functie: Partner

Bedrijf: PwC

ties die zich bezighouden met opkweken van start-ups. Voorbeelden zijn Startupbootcamp Amsterdam, een organisatie die helpt om innovatieve ideeën van start-ups op de markt te krijgen en het Social Impact Lab, die een wedstrijd organiseert voor startende 'social enterprises'. Verder heeft PwC zich verbonden aan Slush, een internationale non-profitorganisatie die start-ups, investeerders en gevestigde bedrijven bijeenbrengt. PwC heeft geen medewerkers gedetacheerd op de plekken waar start-ups gevestigd zijn. Volgens Linnemeijer hebben start-ups nog geen behoefte aan de dienstverlening van PwC.

Business met combi's maken

D eloitte houdt op verschillende plaatsen een vinger aan de pols bij start-ups, vertelt Wim Scheper, de partner die zich bij het accountants- en advieskantoor bezig houdt met innovatie. Een van die plekken is de nog niet geopende vestiging van CIC in Rotterdam. CIC is een organisatie die is opgericht aan het Massachusetts Institute of Technology in de VS. De organisatie stelt ruimte en ondersteuning ter beschikking aan start-ups. Deloitte heeft CIC naar Rotterdam gehaald en is zelf ook aanwezig in het gebouw aan het Rotterdamse stationsplein. Scheper: 'Een belangrijke reden om ons bij CIC te vestigen is dat klanten onze hulp



Naam: Wim Scheper

Functie: Partner

Bedrijf: Deloitte

vragen bij het ontwikkelen van nieuwe business door combi's te maken met start-ups. Daarom moet Deloitte weten wat er op dit soort plekken speelt.'

Maar Deloitte zet de kennis die daar wordt opgedaan ook in voor zichzelf. Scheper noemt het voorbeeld van 'blockchain', een nieuwe technologie voor het registreren van transacties. 'Je haalt er ideeën weg over wat wij ermee kunnen.' Doel van de aanwezigheid bij CIC is niet zozeer contact leggen met toekomstige klanten. 'We zitten er vanuit de overtuiging dat we op het terrein van innovatie moeten samenwerken met anderen, omdat we anders de boot missen.'