

GRIP ACCOUNTANTS EN ADVISEURS:

# HET ULTIEME WIJ-GEVOEL BEGINT MET BEGRIP

Driehonderdzeventig accountantskantoren en negenhonderd vestigingen die het stempel dragen van SRA-kantoor. Daarmee verbinden ze zich aan de kwaliteitsstandaard die SRA stelt. Van een eenheidsworst is geen sprake, want elk kantoor kent zijn eigen identiteit. In deze rubriek maken we kennis met de verschillende kleuren van het SRA-palet. Deze keer het Gelderse Grip Accountants en Adviseurs.



Ook onze kernwaarden zijn in de naam Grip gevat: gedreven, resultaat, inventief en persoonlijk.



**B**ij Grip heeft iedereen, ongeacht leeftijd en functie, het vizier gericht op de toekomst. Maar wel met respect voor het verleden. De wortels van Grip, ontstaan in 2009 uit een basis die al in 1958 is gelegd, liggen in de Achterhoek. Met twee vestigingen in Duiven en Doetinchem blijft het kantoor daarbij in de buurt, maar het denken en doen van de nu 70 werknemers beperkt zich niet tot de regio. Grip heeft een breed klantenbestand in heel Nederland en richt zich nadrukkelijk ook op het buitenland.

Het kantoor is wars van heilige huisjes en het bekende getouwtrek tussen accountants en fiscalisten; bij Grip werken zij samen in één team, ook met juridische specialisten, en bepaalt de klant wie hij als aanspreekpunt wil hebben. Opvallend is daarnaast de relatief grote aantrekkingskracht van Grip als werkgever op de 'lastige' Generatie Y, geboren tussen grofweg 1989 en 2008. Maar daarover straks meer.

#### WHAT'S IN A NAME?

Eerst naar de basis. Die werd gelegd door Gerard Elferink (accountant, hij is in 2018 overleden), Ron Polman (accountant) en Petra Uylen-van Pelt (fiscalist/jurist). Bij een verse start hoorde een nieuwe naam, vonden ze, maar die moest dan wel tijdloos en internationaal zijn. Geen opsomming van hun achternamen dus, maar toch een persoonlijk tintje. "We hebben gekozen voor onze drie voorletters, en de i is van iedereen", vertelt Polman. "Ook onze kernwaarden zijn in de naam Grip gevat: gedreven, resultaat, inventief en persoonlijk. Het is één krachtig woord dat eigenlijk alles zegt en in het Engels dezelfde betekenis heeft."

Nu, tien jaar later, zou je er voor intern gebruik gerust de letters b en e aan kunnen toevoegen, want begrip hebben voor elkaar is bij Grip inmiddels een groot goed. "De sfeer is erg positief en dat vinden we belangrijk", benadrukt Uylen-van Pelt. "We doen hier niet aan

pootje haken. Als je al een fout maakt, los je die samen op. En mensen hebben respect voor hoe de ander in elkaar zit." Dat laatste was niet altijd vanzelfsprekend. Het was de klassieke botsing van generaties: de babyboomers ergerden zich aan de jongeren, die de hele dag met hun mobieltje in de weer waren en gepamperd wilden worden. En die jongeren voelden zich niet gewaardeerd en liepen weg. Hoe bouw je dan aan een toekomstbestendig kantoor? Daarvoor heb je ook die Generatie Y hard nodig.

#### OMGAAN MET MILLENNIALS

Millennials kijken anders tegen werk aan dan oudere generaties (babyboomers, Generatie X) en ook hun verwachtingen van een werkgever zijn anders. Hoe speel je daar als accountantskantoor op in? Met die vraag waren Uylen-van Pelt en Polman al een tijd in de weer, maar een bevredigend antwoord bleef uit. Tot ze zo'n tweeënehalf jaar geleden naar een lezing van het internationale accountantsnetwerk Kreston gingen, juist over dit onderwerp. Uylen-van Pelt: "Daar sprak een goede futurist over Generatie Y en dat was voor ons een eyeopener. We ontdekten dat we het verkeerd hadden aangevlogen. Je haalt het meeste uit millennials door te begrijpen wat hen anders maakt. Daar hebben we onze strategie op afgestemd."

De Generatie Y is veeleisend, houdt niet van hiërarchie, is minder zelfstandig dan babyboomers en hecht meer waarde aan vrijheid, sociale impact en persoonlijke ontwikkeling. "Ze vragen meer en je moet ze meer begeleiden. In twee jaar tijd waren bij ons vijftien van de zestien starters vertrokken. Voldeden die allemaal niet, of hebben we hen gewoon niet goed begeleid? Dat hebben we ons MT voorgelegd. Vervolgens hebben we ook een sessie met de jongeren gehouden. Aan hen hebben we uitgelegd hoe babyboomers en de Generatie X denken en zijn opgevoed. Voor alle generaties is dit heel waardevol geweest. Bewustwording is

Ron Polman

Petra Uylen-van Pelt

het begin van de oplossing. Dat was de basis voor onze Grip Academy.”

#### DE GRIP ACADEMY

Grip traint alle medewerkers, inclusief ondersteunend personeel, in soft skills, in overleg met SRA en OTV Organisatie Ontwikkeling. “Vijftien jaar geleden moesten we allemaal vaktechnenuten worden en deden we aan vaktechnische ontwikkeling”, vervolgt Uylen-van Pelt. “Nu is persoonlijke ontwikkeling ook heel belangrijk geworden. Niet alleen voor de jonkies, maar voor alle generaties in onze organisatie.” SRA biedt per carrière-fase een op maat gemaakt trainingstraject, met ruimte voor specifieke, eigen wensen en aandachtspunten. “Het geeft je inzicht in jezelf en in de ander en daar ga je mee aan de slag. Bij Grip heeft dit bijgedragen aan een open en begripvolle cultuur waarin iedereen zich gelukkig voelt.”

De Grip Academy werpt haar vruchten af, want sindsdien is er geen een jongere meer bij het kantoor vertrokken. Sterker nog: er komen spontaan leerlingen van de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN) die graag voor Grip zouden willen werken. “Bij de Grip Academy bieden we via Kreston stages in het buitenland aan. Dat vinden jongeren ook aantrekkelijk”, zegt Polman. “Alle accountantskantoren zijn op zoek naar jonge talenten en die zijn er in Nederland voldoende, maar we jagen jongeren met onze babyboom-stijl, werkdruk en regels het vak uit. Ze branden snel op en komen nooit meer terug. De Grip Academy doet het bewust anders, wordt breed gedragen en dat werkt.

We nemen ook onze klanten mee in deze manier van werken, omdat zij vaak tegen dezelfde uitdagingen aanlopen.”

#### SOCIALE BETROKKENHEID

Voor millennials speelt ook maatschappelijke betrokkenheid een grote rol. Grip is hier altijd al actief in geweest, maar communiceerde er niet over. Ook dat is veranderd, vertelt Uylen-van Pelt. “Wij werken al jaren samen met Orange Babies, een stichting die in Afrika zwangere vrouwen met hiv en hun baby's helpt. Toen we daar meer over gingen communiceren, ging het veel meer leven. Nu gaat er elk jaar iemand van Grip naar Afrika voor een fietstocht samen met Orange Babies, om projecten te bekijken en te steunen. Grip betaalt de reis en het sponsorgeld en je krijgt de inspanningsverplichting om dat sponsorgeld te verdubbelen en tijdens je reis te vloggen of bloggen. Iedereen in de organisatie mag zich aanmelden, loting bepaalt wie mag. We merken dat niet alleen de collega die naar Afrika gaat zich goed voorbereidt; de hele organisatie doet en leeft mee. We hebben bijvoorbeeld fietsclinics, een Fietsgroep Grip om samen te trainen en medewerkers organiseren zelf allerlei acties. Prachtig om te zien.”

“Concullega's vragen ons weleens: wat kost dat allemaal wel niet? Wij zijn ervan overtuigd dat het per saldo juist veel oplevert. Ga maar na: sinds 2015 is ons ziekteverzuim sterk gedaald en mensen van alle generaties hebben hier samen plezier en voelen zich thuis.”

“

**We jagen jongeren met onze babyboom-stijl, werkdruk en regels het vak uit.**

”