



Jan
Rolleman

Marcel
Verstappe

BRANCHE-EXPERTGROEP AUTOMOTIVE:

GEDREVEN PROFESSIONALS MET KENNIS DELEN ALS MISSIE

De automotivesector is een zeer concurrerende markt. Door allerlei marktontwikkelingen, technologische ontwikkelingen en voortdurend veranderende fiscale regelgeving staan veel bedrijven flink onder druk. In deze hectische omgeving krijgen accountants steeds meer een adviserende rol en is kennis delen cruciaal.

Om te beginnen bij het begin: de Branche-expertgroep Automotive bestaat zo'n zes jaar en komt vier keer per jaar bijeen. Het doel van de groep is om branchekennis te ontwikkelen, KPI's in beeld te brengen en zoveel mogelijk data, kennis en ontwikkelingen te delen. Minstens zo belangrijk is de interpretatie van die kennis en de vertaling daarvan naar een visie op de toekomst. De leden hebben verschillende achtergronden, maar er is één ding dat ze allemaal gemeen hebben, en dat is passie. Passie voor het vak en de branche, en in veel gevallen ook een passie voor auto's zelf. Dat geldt ook voor voorzitter Marcel Verstappe. "Ik heb zowel een grote liefde voor auto's als voor mijn vakgebied. Ik begrijp wat ondernemers in deze sector drijft en waarmee ze allemaal te

maken hebben. Dat helpt me om ze goed van dienst te kunnen zijn."

GROEIENDE ADVIESROL

De bijeenkomsten van de branche-expertgroep zorgen voor een schat aan informatie, waarbij de focus vooral ligt op universele en merkgarages, en minder op dealerholdings. De groep was aanvankelijk erg audit-gericht, maar die focus is de laatste tijd aan het verschuiven naar de adviesrol als accountant. Die rol wordt steeds belangrijker, want de automotivebranche staat voor flink wat uitdagingen om het maar eens voorzichtig te zeggen. Zo heeft de sector te maken met voortdurend veranderende fiscale wet- en regelgeving, de overstap naar elektrisch rijden en erg lage marges. Ook kiezen consumenten

die een nieuwe auto willen er steeds vaker voor om zich te oriënteren op het internet, wat ten koste gaat van de traditionele fysieke showroom.

WAARDE CREËREN IN DE BRANCHE

Door al die ontwikkelingen zijn de verdienmodellen voor autobedrijven erg aan het veranderen. De bedrijven die hier niet in meegaan, hebben of krijgen het erg zwaar. Verstappe: "In de praktijk merken we dat duidelijk. Er zijn steeds meer bedrijven die zich afvragen of ze moeten doorgaan of stoppen en hun accountant daarover om advies vragen." Het is dus geen rozengeur en maneschijn in de sector, maar aan de andere kant zijn er ook veel spelers die het juist prima doen. Kennismanager Leonie Derksen: "Dat is precies waar het

om gaat in deze branche-expertgroep. Je komt hier onder meer bij elkaar om de goede voorbeelden te bespreken en te zien hoe die bedrijven dat doen. Op die manier kunnen we als accountants waarde creëren in de branche, maar daar heb je wel het netwerk van deze groep voor nodig.”

SUCCESFACTOREN

Door kennis te verzamelen en met elkaar te delen, heeft de branche-expertgroep belangrijke succesfactoren in beeld kunnen brengen voor autobedrijven. Het gaat dan met name om het excelleren op het gebied van klantenbinding en imago of het focussen op specialisatie. De bedrijven die dit doen, steken er met kop en schouders bovenuit, vertelt Verstappe. “Jongere bedrijven die op deze gebieden goed scoren, halen mooie rendementen. Ze combineren dit bovendien met een goede business intelligence, waardoor ze hun efficiency en productiviteit steeds verder kunnen verbeteren. Dat zorgt voor een belangrijke voorsprong op de concurrentie.” De branche-expertgroep verzamelt zijn kennis door regelmatig sprekers uit te nodigen, zoals een ondernemer die het erg goed doet. Die vertelt dan bijvoorbeeld hoe hij ervoor zorgt dat hij precies weet wanneer de auto's van zijn klanten een onderhoudsbeurt nodig hebben, om klanten daar vervolgens ook actief over te benaderen.

FISCALE REGELGEVING

Het zijn uiteraard niet alleen ondernemers die worden uitgenodigd. Er worden ook veel vakspecialisten aan tafel gevraagd. Zoals fiscalist Jan Rolleman van AMD Automotive fiscalisten, die afgelopen september een uiteenzetting gaf van de gevolgen van de Prinsjesdag-plannen voor de automotivesector. Zoals bijna ieder jaar had het kabinet weer veel aangepaste fiscale regelingen voor de branche in petto, waaronder een nieuwe bijtellingstabel voor elektrische auto's en aangepaste bpm-tabellen. Door sprekers als Rolleman, kan de expertgroep de verwachte gevolgen van de nieuwe fiscale regels in beeld brengen, zodat SRA-leden hun automotieklienten daar tijdig over kunnen adviseren. Dat kan bedrijven helpen om de pieken en dalen in de vraag die ontstaan door de fiscale regels, beter op te kunnen vangen. Andere onderwerpen die met regelmaat aan de orde komen zijn de waardebepaling van auto's en voorraden, bedrijfsoverdracht, financiering, verbetering van de efficiency van de werkplaats en frauderisico's. Ook de ontwikkelingen op langere termijn komen uiteraard aan bod, zoals de veranderingen op het gebied van mobiliteit en het aankomende afscheid van de brandstofauto.

WAARDEVOL NETWERK

Omdat de branche-expertgroep weet wat er speelt in de branche, zijn de leden gesprekspartners die snel kunnen schakelen met hun klanten. De groep heeft goede toegang tot belangrijke partijen op automotive-

gebied, zoals Autotelex, banken, de BOVAG en de Vereniging Zakelijke Rijders. Derksen: “Deze organisaties beginnen SRA steeds beter te kennen en delen hun kennis met ons. Dat is natuurlijk erg waardevol.” De kennis en data die de branche-expertgroep verzamelt, worden breed gedeeld binnen SRA, waardoor ieder SRA-lid een belangrijke kennisvoorsprong kan opbouwen. Het delen van die kennis gebeurt op verschillende manieren. Onder meer door de data uit Branches in Zicht te duiden in de diverse publicaties, maar ook door het publiceren van branchesignalerings.

MARKETINGINSTRUMENT

In de signaleringen die de branche-expertgroep opstelt, wordt de verzamelde kennis op papier gezet en toegankelijk gemaakt voor SRA-leden. Er verschijnen circa drie automotive-signaleringen per jaar, die massaal worden gedownload. Net zoals dat voor iedere branche-expertgroep geldt, is het grote pluspunt de scherpe focus op de branche en zijn specifieke vraagstukken. De signaleringen zorgen voor belangrijke toegevoegde waarde richting klanten. In feite zijn het waardevolle marketinginstrumenten voor iedere accountant die automotieklienten heeft, aldus Verstappe. “Neem bijvoorbeeld een signalering waarin we de succesfactoren voor bedrijven in de sector op een rij zetten. SRA-leden kunnen daarmee heel gericht het gesprek aangaan met hun klanten, en hen zo helpen om hun positie te versterken.”

MEEGAAN IN VERANDERING

De automotivesector is een klassieke branche waarin veel moet veranderen, maar waarin ook veel spelers dat niet eenvoudig vinden. Maar ze zitten wel degelijk in een transitie naar nieuwe tijden. Zoals hierboven al aangehaald, verliest de klassieke showroom steeds meer aan belang en zal er in die showroom in de nabije toekomst bovendien alleen nog plek zijn voor de elektrische auto. Daardoor zal een groot deel van het rendement in de werkplaats wegvallen, want elektrische auto's hebben veel minder onderhoud en reparaties nodig.

Verstappe: “De grote vraag voor bedrijven is hoe ze om moeten gaan met al deze veranderingen. Als accountants kunnen wij ze daarin adviseren en sturen, maar daardoor krijgen we wel steeds meer niet-financiële vraagstukken op ons bordje.” De branche-expertgroep is bij uitstek de plek om de vereiste kennis op te doen om mee te kunnen gaan in de veranderende automotieve-omgeving. “Wat deze groep zo leuk maakt, is dat je hier je passie voor het vak en de branche kunt delen met collega's die net zo bevlogen zijn als jijzelf. Ieder lid voegt hier belangrijke waarde toe. En iedereen heeft het druk, maar toch maken we allemaal altijd graag tijd vrij voor onze branche-expertgroep. Dat is niet voor niks,” besluit Verstappe. ■

“

Hier kun je je passie voor het vak en de branche delen.

”



DEELNEMEN?

U bent van harte welkom om deel te nemen aan een branche-expertgroep. Voorwaarde is dat u bereid bent om actief te participeren en kennis te delen. Maak kennis met de expertgroepen Automotive, Horeca, Medisch en Transport & Logistiek. Ga naar sra.nl of neem contact op met Leonie Derksen: 030 656 60 60 of lderksen@sra.nl.