

‘We belichten onze sterke kanten’

Gezocht: Mkb-accountants

Mkb-kantoren moeten het op de arbeidsmarkt opnemen tegen de marketingkracht van grote kantoren. Maar ze laten zich niet van de wijs brengen. Van zich ‘afzetten’ tegen de grote concurrenten willen ze echter niets horen.

HENK VLAMING

“Laatst hadden wij een vacature voor een zware functie. Op onze advertentie kregen wij echter slechts twee reacties binnen en dat was te weinig.” Judith Breedveld, managementassistente personeelszaken van het accountantskantoor Visser & Visser, verwoordt in een notendop het probleem waar accountantskantoren mee te maken hebben: hoe zich zo te roeren op de arbeidsmarkt dat er voldoende professionals aangetrokken kunnen worden?

Budgetten

Gezien de dalende instroom in de accountancy zijn er steeds meer inspanningen nodig om nieuwe krachten te vinden. Grote kantoren hebben daarvoor indrukwekkende marketingbudgetten en lanceren flitsende landelijke campagnes. Mooie loopbanen, prachtige arbeidsvoorwaarden, status en aanzien, ze pronken er mee en iedereen ziet het. Betekent dit dat mkb-kantoren er dus niet meer aan te pas komen op de arbeidsmarkt? Nee. Kleine en middelgrote kantoren laten zich niet van de wijs brengen. Zij zetten weliswaar geen landelijke reclamespots in en sponsoren geen sportbonden, maar ze hebben zo hun eigen manieren om accountants in spé te laten zien wat zij te bieden hebben. En daarbij doen ze vaak niet onder voor de grotere kantoren.

Extra eisen

Toch hebben kleine en middelgrote kantoren een aantal eigenschappen waarmee ze rekening moeten houden als zij de arbeidsmarkt bewerken. Ze zijn vaak regionaal of zelfs lokaal, waardoor de vijver waarin zij vissen toch iets kleiner is dan die van de grote kantoren. Daarnaast stellen kleinere kantoren door hun aard of achtergrond soms extra eisen aan kandidaten. Bijvoorbeeld affiniteit met de agrarische sector als het accountantskantoor in een landelijk gebied ligt. Maar betekent dit soort kenmerken dat de werving van nieuwe accountants een onmogelijke opgave is voor mkb-kantoren? Allesbehalve, zo blijkt Visser & Visser een aantal beproefde wervingsmethoden toe te passen. Vacatures op de website, open sollicitaties, personeelsadvertenties, actieve contacten met opleidingen voor instroom en stagiaires en natuurlijk het aanspreken van het netwerk van de medewerkers.

Kleinere kantoren stellen door hun aard of achtergrond soms extra eisen aan kandidaten.

“Als we een vacature hebben, sturen we eerst een mail rond in ons netwerk”, zegt Breedveld. “Als het gaat om een startfunctie werkt dat nog wel. Maar het volstaat niet als we een zware vacature hebben.

Dan moeten we het hebben van advertenties.” Maar kantoren kunnen meer uit de kast halen om nieuw personeel binnen te halen, zonder dat het veel kost. Een aantal van de mogelijkheden wordt door nagenoeg alle kantoren gebruikt.

Netwerk

Het netwerk bijvoorbeeld is de meest gebruikte bron waaruit mkb-kantoren putten voor

‘Bij kleinere kantoren kom je in aanraking met alle aspecten van het vak.’

FOTO: ZEFA IMAGES



hun nieuw talent. Tot op zekere hoogte werkt het. "In eerste instantie vragen we bij vacatures aan familie, vrienden en medewerkers of ze nog mensen kennen die bij ons kunnen en willen werken", zegt Ruud Wolffensperger van Result Accountants. "Dat vergt de minste kosten en is iets betrouwbaarder dan andere wervingsmethoden."

Maar niet altijd levert dit iets op.

Dan voelt het kantoor zich wel genoodzaakt om personeelsadvertenties te plaatsen, vooral in regionale kranten. Daarnaast zoekt Result haar heil tot het internet, waar via een vacaturesite personeel wordt gezocht.

Vacature-site

Internet blijkt zo mogelijk effectiever dan de ouderwetse personeelsadvertentie in de krant.

"We hebben via deze weg nog wel eens wat binnengehaald", vervolgt Wolffensperger. "Het voordeel van internet is dat je een groot bereik hebt en dat het niet duur is. Als je jonge mensen zoekt die zich bedienen van moderne communicatiemiddelen, dan is de vacaturesite één van de manieren om de arbeidsmarkt af te gaan. Je bereikt daardoor veel mensen en vooral jongeren spelen vacatures aan elkaar door. De personeelsadvertentie levert ook wel heel veel reacties op, maar daar kun je soms weinig mee. Zo krijgen we veel reacties van mensen die niet helemaal voldoen aan de criteria. Vragen we een ervaren kracht, dan krijg je iemand die bijvoorbeeld alleen ervaring heeft met debiteurenadministratie."

Meer hengels

Maar grofmazig geschut op de arbeidsmarkt is op termijn niet meer voldoende om het

personeelsbestand te vullen, zo is de verwachting. Kantoren realiseren zich dat ze gezien de verwachte schaarste op de arbeidsmarkt meer hengels in de vijver moeten houden.

Vandaar dat mkb-kantoren hun potentiële kandidaten steeds vaker zelf opzoeken. Grote kantoren hebben al jaren intensieve contacten met hogescholen en universiteiten, maar ook mkb-kantoren maken steeds vaker de gang naar de opleidingen. Soms werpen zij zich op als gastdocenten, andere keren betrekken ze stagiairs.

Ook mkb-kantoren hebben het belang ontdekt van bedrijvendagen. "Contact houden met stagiairs levert nog wel eens iets op", zegt Wolffensperger. Over de resultaten van bedrijvenmiddagen en gastcolleges is hij minder lovend, maar andere kantoren hebben daar weer betere ervaringen mee. Zoals Paul Dinkgreve van Steenhof & Dinkgreve. "Het is maar net hoe je die lezingen en gastcolleges aankleedt."

'Broedstoof'

Het gaat bij het toepassen van de verschillende wervingsmethoden mede om de creativiteit waarmee ze worden gehanteerd. Accountantskantoor Crop bijvoorbeeld heeft een eigen juniorenclub in het leven geroepen, uiteraard met een dikke knipoog richting starters en studenten. Onderdeel van de 'broedstoof', zoals het kantoor dat noemt. De juniorenclub biedt workshops, lezingen, bedrijfsbezoeken en opleidingen. Het wijkt niet veel af van een gewoon opleidingsprogramma voor junioren, maar verpakt in het jasje van Crop lijkt het heel wat meer dan dat. Dat is nog eens wat anders dan die saaie mobieltjes en lease-auto's, zo schotelt Crop de jonge accountants voor.

'Alle aspecten'

Veel mkb-kantoren tonen een vernuft dat vroeger vooral kenmerkend was voor grote kantoren. Genoodzaakt door de komende krapte op de arbeidsmarkt wellicht. Maar ook de SRA, de organisatie van kleine en middelgrote

'Het voordeel van internet is dat je een groot bereik hebt en dat het niet duur is.'

Veel hengels

Gehanteerde wervingsmethoden:

- Netwerken van medewerkers en familie aanboren
- Personeelsadvertentie in kranten en bladen plaatsen
- Aantrekkelijke website maken
- Zowel zoeken als vacatures aanbieden op vacaturesites
- Stagiairs aantrekken
- Lezingen geven op scholen en contacten leggen
- Workshops voor beginners organiseren
- Bedrijvendagen aflopen
- Gezicht laten zien bij studentenverenigingen
- Bijeenkomsten beroepsverenigingen aflopen

accountantskantoren, moedigt de mkb-kantoren aan om de eigen sterke kanten te profileren en zich niet neer te leggen bij de suprematie op de arbeidsmarkt van de grote kantoren. "Bij grote kantoren werk je in de samenstel- of controlepraktijk", zegt Theo Reuters, hoofd Personeelsdiensten van SRA. "Bij kleinere kantoren kom je in aanraking met alle aspecten van het vak en ben je breder werkzaam. Veel jonge accountants zoeken alternatieven. Een kleinere setting spreekt hen dan ook aan."

Afzetten?

Het positioneren van grote kantoren als log en eenzijdig, het lijkt een nieuwe boodschap. Opeens zijn het de mkb-kantoren die zichzelf als flitsend en flexibel in de etalage zetten. Van het zich afzetten tegen grote kantoren willen ze echter niets horen. "Welnee, dat doen we helemaal niet", zegt Paul Dinkgreve. "Wat we doen is onze sterke kanten belichten. In tegenstelling tot een groot kantoor kom je bij ons in aanraking met alle facetten van het vak. Daar kun je als jonge accountant heel wat van leren." ■

Ook mkb-kantoren maken steeds vaker gang naar de opleidingen.