

Accon avm

'Monitor effect van je maatregelen'

Patrick Janssen is sectorspecialist varkens- en pluimveehouderij bij Accon avm. Geregeld komt hij op bedrijven, onder meer voor een 'second opinion'. Accon avm hecht eraan om bij onder meer bedrijfsproblemen of een grote investering een collega "er ook eens naar te laten kijken". Dat voorkomt bedrijfsblindheid.

PATRICK JANSSEN

'Ondernemers zoeken op andere fronten naar revenuen.'

Foto: Geesje Rotgers



Janssen werkt vanuit het kantoor in Venlo, een van de bijna vijftig vestigingen van Accon avm. Het team in Venlo telt tien accountmanagers voor de

land- en tuinbouw, die ieder het eerste aanspreekpunt zijn voor zo'n 100 tot 150 klanten. De sterke punten van Accon avm? "Wij beschikken over heel veel cijfers, zowel van agrarische ondernemingen als andere mkb-bedrijven. Deze cijfers zijn van grote waarde voor onze advisering. Daarbij hebben wij veel specialisten in dienst, op velerlei terreinen, zoals fiscalisten, juristen, mensen die thuis zijn in loonzaken enzovoorts."

De aanhoudende lage opbrengstprijzen hebben gezorgd voor een nieuwe werkelijkheid en een verschuiving in vragen. Tegenwoordig krijgt Janssen meer vragen over bedrijfsbeëindiging. Dit zijn geen eenvoudige processen. Vroeger voelden veehouders het als falen wanneer zij hun bedrijf beëindigden, tegenwoordig is dit gelukkig veel minder het geval. Maar vragen over bedrijfsontwikkeling zijn er ook. "De tijd van verdubbeling van dieraantallen is voorbij. Ondernemers vinden hun bedrijf groot genoeg en zoeken kansen in bijvoorbeeld marktconcepten. Ook ziet Janssen legpluimveehouders beginnen met een eigen 'voerfabriek'; zij voeren de grondstoffen aan en mengen die zelf.

"Ondernemers zoeken op andere fronten naar revenuen". Wat willen klanten graag van Accon avm weten? "Hoe zij het doen ten opzichte van collega's. Daarom maken wij vanuit de jaarrekeningen en kostprijsberekeningen vergelijkende analyses. Ook vragen klanten steeds meer naar kwartaalcijfers.

Glastuinders zijn het meest alert op hun financiële cijfers, gevolgd door de pluimveehouders. Maar door de huidige (prijs)ontwikkelingen in de melkveehouderij stijgt ook het aantal melkveehouders dat met financieel management bezig is fors." Loont het om er zo bovenop te zitten? "Ja", zegt Janssen, "wij zien verschillen tussen ondernemers die er wel en niet bovenop zitten." Als voorbeeld noemt hij een bedrijf dat aanvankelijk prima draaide. "Maar bij het berekenen van de voerwinst schrokken wij. De kosten, waaronder die van de dierenarts, waren enorm gestegen. De ondernemer bleek allerlei maatregelen te hebben genomen, omdat de technische resultaten tegenvielen. Zo werden bijvoorbeeld extra vitamines bijgevoerd. De ondernemer had echter verzuimd te kijken of die maatregelen wel tot effect hadden geleid; hij had niet gezien dat er tegenover de hogere kosten geen extra opbrengsten stonden. Monitor altijd het effect van je maatregelen", adviseert Janssen.

