

Inhoudsopgave

Inleiding	7
Deel I Meer verdienen	11
1 In beeld brengen hoeveel je eigenlijk verdient	13
2 Je eigen uren en je uurtarief	22
3 De maandelijks analyse	28
4 Budgetteren	35
5 Je cashflow optimaliseren	38
6 Investeren: maak een businesscase	50
7 Je businessmodel in kaart brengen	55
8 Financiering van groei	59
Deel II Professionaliseren en groter groeien	63
9 Je boekhouding automatiseren	65
10 Werk uitbesteden en personeel inhuren	77
11 Samenwerkingsvormen	82
12 Thuiswerken, flexplek of kantoorruimte huren	85
13 Je pensioen regelen	90
14 Verzekeringen: hoeveel risico wil je lopen?	94
15 Van eenmanszaak naar bv	100
16 Jaarrekening lezen	104
Deel III Gebruikmaken van fiscale voordelen	121
17 Zakelijke kosten: wat is aftrekbaar?	123
18 Investeren en afschrijven	128
19 Mobiliteit: zo kom je ergens	136
20 Je pensioen fiscaal goed geregeld	142
21 Op weg naar een bv – de fiscale voor- en nadelen	144
22 Geld lenen van je eigen bedrijf	150
Nawoord	153
Register	155

Inleiding

‘Het gat dichten tussen wat ondernemers weten en wat accountants denken dat ondernemers weten.’ Dat was in 2016 een van de redenen om mijn blog ‘the happy financial’ te starten. Ik zag namelijk in mijn dagelijkse praktijk als registeraccountant (RA) te veel ondernemers die vragen hadden, maar ze niet durfden te stellen. Pas toen ik financiën op een praktische manier ging uitleggen in artikelen en video’s op mijn online platform, viel bij hen het kwartje. ‘Dat heb ik altijd willen weten, maar durfde ik nooit te vragen. Bang dat mijn accountant me dom zou vinden.’ Dat zijn reacties die ik kreeg naar aanleiding van mijn eerste online artikelen. Voor mij reden genoeg om verder te gaan met the happy financial.

Ook nu nog zijn er veel ondernemers met vragen over hun onderneming en hun bedrijfsfinanciën. Zaken waarvan ik van mening ben dat je ze gewoon aan je accountant of adviseur kunt vragen, maar waarvan ik weet dat dit in de praktijk onvoldoende gebeurt.

En dat is zonde, want juist deze vragen kunnen ertoe leiden dat jij als ondernemer verder komt. Dat je verder kunt groeien. Want als je weet hoe je bedrijf financieel in elkaar zit, kun je daar ook op anticiperen en verder groeien. Je weet dan bijvoorbeeld wanneer het slim is om investeringen te doen die je verder gaan helpen, of wanneer je je eerste personeelslid kunt aannemen. In dit boek ga ik je daarmee helpen.

Dat doe ik vanuit mijn ervaring als accountant, een beroep dat ik sinds 2008 heb uitgevoerd. Maar wel altijd met

die praktische blik. Want toen ik zelf begon met ondernemen in 2016 ontdekte ik dat het een stuk makkelijker is om als accountant een advies te geven, maar dat het heel wat lastiger is om het als ondernemer zelf uit te voeren. Deze eigen ervaringen als ondernemer neem ik ook mee in dit boek, zodat jij niet opnieuw het wiel hoeft uit te vinden als je ook wilt groeien met je onderneming.

Dit boek is opgedeeld in verschillende delen. Als eerste gaan we het hebben over 'meer verdienen'. Want hoeveel verdien je nu eigenlijk? Heb je daar een goed inzicht in? Hoe kun je ervoor zorgen dat dit nóg meer gaat worden? Hoe weet je waar je geld laat liggen?

Ben je als ondernemer ooit tevreden? Ik spreek maar weinig ondernemers die als antwoord op de vraag 'Heb je nog doelstellingen voor je bedrijf?' aangeven dat het wel goed is zo. Ondernemers hebben het óf veel te druk, óf geven juist aan dat ze nog wel wat meer activiteit zouden willen. Dit rupsje-nooit-genoeg-syndroom, is dit nu een goede of een slechte eigenschap van veel ondernemers? Dat laat ik hier even in het midden.

Groeien met je bedrijf betekent ook efficiënt werken en keuzes maken. Dat staat centraal in het tweede deel van dit boek. Ik help je met het maken van de keuzes die je echt verder gaan helpen. Heb je bijvoorbeeld alles geautomatiseerd wat er te automatiseren valt? Heb je werk uitbesteed en hoe heb je dat geregeld? Maar ook je pensioen en verzekeringen komen aan bod.

De verschillende belastingaspecten kunnen niet achterwege blijven. Geen zorgen, we staan met name stil bij be-

lastingvóordelen. Hoe weet je of je gebruikmaakt van alle mogelijkheden die de Belastingdienst je biedt? Daar geef ik antwoord op in het derde deel. Daarin sta ik ook uitgebreid stil bij het oprichten van een besloten vennootschap (bv) en de bijbehorende voor- en nadelen.

Als je deze drie dingen combineert – meer verdienen, efficiënter werken en gebruikmaken van belastingvoordelen – is dit een succesformule voor groei. Groei die je vervolgens kunt meten in euro's of minuten.

Dit boek is een vervolg op het succesvolle e-book *De praktische gids voor startende ondernemers*. In dat boek nam ik startende ondernemers mee in de wondere wereld van administratie, fiscaliteiten en zakendoen. Het boek dat je nu voor je hebt is in mindere mate een boekhoudcursus (al zal ik soms wel laten zien hoe je iets moet verwerken in je administratie), maar gaat veel meer in op de gedachtegang die erachter zit. Want als je weet waarom dingen zo zijn in de financiën van je onderneming, kun je ook betere economische beslissingen nemen.

Of je nu al een tijdje aan het ondernemen bent of al decennia behoort tot de gevestigde orde in het ondernemerslandschap, met de tips in dit boek help ik je op weg om je bedrijf verder te laten groeien. Natuurlijk is alles praktisch en zonder lastige termen opgeschreven, met zo veel mogelijk (reken)voorbeelden. Want mijn motto is en blijft: *Making finance fun & easy*.

Marjan Heemskerk-Seevers

Deel I

Meer verdienen

In dit deel ga ik met name in op je opbrengsten. Weet je hoeveel je verdient? Weet je ook waar je het meest mee verdient en waar je geld laat liggen? Hoe zorg je ervoor dat je grip houdt op je onderneming? Hoe stuur je bij en op basis waarvan doe je dat? Hoe kun je met een goede cashflowprognose zorgen voor optimale benutting van je liquide middelen? Wanneer doe je goed aan een investering? En hoe financier je groei? Dit alles staat centraal in dit eerste deel.

1

In beeld brengen hoeveel je eigenlijk verdient

Kijk eens écht naar je cijfers. Waarschijnlijk kun je wel iets zeggen over je omzet. Veel ondernemers weten ook wel hoeveel belasting ze ieder jaar moeten betalen. Maar wat zijn nu écht de bedragen die ertoe doen? Want omzet is leuk, maar als ondernemer wil je vooral naar je marge kijken. Sterker nog: voor ondernemers met een eenmanszaak of vof is eigenlijk de winst na belasting het meest interessant. Dat is uiteindelijk het bedrag dat op je bankrekening gestort wordt. Dan kun je heel trots vertellen dat je meer dan 100K* aan omzet maakt, maar als er maar 500 euro op je bankrekening gestort wordt, kijken mensen je wellicht toch wat anders aan.

Hoe kun je zien hoeveel je verdient? Hoeveel geld er overblijft na een maand hard werken? Dat doe je eenvoudig met je winst- en verliesrekening en margeoverzichten. Laat je niet afleiden door de termen. Ik ga een voorbeeld laten zien dat in één keer alles duidelijk maakt. Hier een voorbeeld van een margeanalyse van twee verschillende bedrijven:

* K wordt veel gebruikt in de financiële wereld. Dit betekent dat je iets moet vermenigvuldigen met 1000. 100K betekent dus 100 000.

	Bedrijf A	Bedrijf B
omzet	€ 100.000	€ 70.000
kosten	€ 70.000	€ 18.000
marge	€ 30.000	€ 52.000
marge %	30%	74%

In dit voorbeeld kan de eigenaar van Bedrijf A heel stoer roepen dat hij een omzet van 100K behaalt. Goed gedaan, denkt de ondernemer van Bedrijf B vervolgens, maar ik houd aan het eind van de rit beduidend meer geld over.

Omzet is leuk en het is goed om omzetdoelen te stellen, maar staar je er niet blind op. Het gaat erom hoeveel geld het je kost om deze omzet te behalen. Waarschijnlijk heeft Bedrijf A een hoop kosten moeten maken om deze 100K grens te krijgen, bijvoorbeeld met de inkoop van andere dienstverleners of duurdere producten. Terwijl de inkoopkosten van Bedrijf B een stuk lager zijn. Hierdoor is niet alleen de marge in euro's van bedrijf B een stuk hoger (22 000 hoger), maar ook de relatieve (procentuele) marge. Dit margepercentage bereken je door de marge te delen door de omzet ($30K / 100K * 100\% = 30\%$). Hoe hoger dit percentage, hoe hoger je marge en hoe meer je dus verdient per verkochte euro. Dus waarom focus je je dan niet op een hogere marge in plaats van op een hogere omzet?

Wat is nu een goede marge? Dat is een makkelijke vraag, met een vervelend antwoord: 'Dat ligt eraan.' Waar ligt dat aan? Aan wat je verkoopt. Zit je in de detailhandel en verkoop je kleding? Dan heb je vaak te maken met lage marges van ongeveer 5 procent. Je moet dus veel verkopen om nog iets over te houden. Verkoop je uren, ben je een

dienstverlener? Dan kan deze marge zomaar meer dan 90 procent zijn. Hier is dus geen goed of fout antwoord.


Margeanalyse: waar verdienen je het meest mee?

Het gaat dus om marge, en niet zozeer omzet. Nu we dat weten, kunnen we ook een stapje verder kijken. Je kunt ook per product(groep) of dienst een margeanalyse opstellen. Het kan namelijk best zo zijn dat je een goede marge behaalt, maar als je verder kijkt, zie je dat deze marge door slechts een paar producten of diensten wordt behaald en dat andere producten of diensten die je aanbiedt, niets of nauwelijks iets opleveren. Kijk maar naar de volgende margeanalyse van Emily, zij is de eigenaar van een bloemenwinkel.

Margeanalyse per product					
	Bloemen	Planten	Workshops	Advies	Totaal
omzet	€ 40.000	€ 20.500	€ 20.000	€ 45.000	€ 128.000
kosten	€ 25.000	€ 21.000	€ 1.500	€ 15.000	€ 62.500
marge	€ 15.000	€ (500)	€ 18.500	€ 30.000	€ 65.500
marge %	38%	-2%	93%	67%	51%

Wat je uit dit overzicht kunt afleiden is dat Emily in euro's het meest verdient op de verkoop van bloemen en het verzorgen van workshops. Hier zijn de marges in euro's het hoogst. Daarnaast zie je dat de procentuele marges op de omzetstroom 'workshops' met 93 procent heel hoog is. Als ondernemer kan ze zich daarom afvragen of het zinvol is om voortaan alleen nog te focussen op de omzetstromen bloemen, workshops en advies. Gaat ze marketing-

budget uitgeven? Dan is het het meest waardevol om dit te doen voor het promoten van haar workshops – daar waar de marges het hoogst zijn.

 *‘Onder aan de streep heb ik een positieve marge, dus ik ga geen tijd verspillen aan het bepalen van mijn marge per productsoort.’ Dit hoorde ik van een schoonheidsspecialiste die naast behandelingen ook producten verkocht. De verleiding is groot om bij een positieve marge op totaalniveau niets te doen, maar toch raad ik je aan om dit wél te doen. Bij deze ondernemer bijvoorbeeld zagen we al snel dat een bepaald B-merk een heel kleine, soms zelfs negatieve marge had. De marge op de wat duurdere producten en behandelingen waren sterk positief en maakten daarom deze negatieve marges goed. De schoonheidsspecialiste kocht het B-merk niet meer in en merkte een explosieve stijging in de verkoop van het luxere merk schoonheidsproducten. Hiermee haalde ze niet alleen een veel hogere marge binnen, maar zorgde ze ook voor het aantrekken van klanten in een segment waar ze veel liever voor werkte. Toch maar die margeanalyse per productsoort opstellen dus.*

Natuurlijk kan het ook zijn dat je te maken hebt met opstartkosten of leertijd. Misschien moeten de advieswerkzaamheden nog van de grond komen en heb je hier nog externe inhuur voor nodig. Of dat klanten juist je winkel binnenkomen voor planten en zonder deze producten niet eens van je bestaan weten. Dit maakt de verkoop van planten daarmee onmisbaar voor je onderneming, ongeacht de relatief lage marge. Elke onderneming is anders

en zo'n analyse ziet er dus ook voor elk bedrijf weer anders uit.

Om dit inzicht te krijgen is het wel belangrijk dat je administratie hier ook op is ingericht. Als je alle soorten omzet op één hoop gooit in je boekhouding, is het een stuk lastiger om dit soort overzichten te maken. Maak dus eerst een overzicht van de verschillende omzetstromen die je zelf ziet in je onderneming. Probeer hierbij niet te focussen op klanten, maar op soorten producten of diensten. Een bloemisterij kan bijvoorbeeld omzet uit bloemen, planten, accessoires en workshops opnemen in de administratie. Maak voor iedere omzetstroom een eigen grootboekrekening aan (meer hierover lees je in hoofdstuk 9). Doe hetzelfde voor de kosten van de omzet: kosten die je rechtstreeks kunt relateren aan je omzet, zijn de inkoopkosten van je omzet. In het voorbeeld van de bloemenzaak van Emily zijn dit dus de inkoopkosten van de bloemen. Hoe scherper je de inkoopkosten aan de voorkant kunt definiëren, hoe beter je analyses worden.

Bereken je kosten en bepaal je winst

Je weet inmiddels hoeveel je verdient en met welk product of welke dienst je het meest verdient, maar nu wil je natuurlijk ook weten hoeveel je winst is. Want omzet min kosten is winst, en over die winst ga je belasting betalen. Dit staat in de winst- en verliesrekening, ook wel de resultatenrekening genoemd. In dit overzicht zie je ieder moment hoe je bedrijf ervoor staat en of je winst of verlies aan het maken bent. De winst- en verliesrekening is een continu overzicht. Dat wil zeggen dat je op ieder gewenst