



FOTO: SIMONE VAN ES

*Ernst van Weperen:
'De grote boodschap van
Deloitte is die van integriteit
van de eigen activiteiten.
Maar duurzaamheid is meer
dan alleen de integriteit van
de eigen onderneming.'*

MVO-verslagen doorgelicht

Goed begin

Afgelopen najaar publiceerden Deloitte en PricewaterhouseCoopers als eerste grote accountantskantoren maatschappelijke jaarverslagen. Op verzoek van 'de Accountant' legden de onafhankelijke deskundigen Ernst van Weperen en Johan Piet ze onder de loep. Een aardig begin voor zoiets nieuws, is hun conclusie. Maar volgend jaar moet het echt beter.

HENK VLAMING

"Ik lees in dit duurzaamheidsverslag bescheidenheid", zegt Ernst van Weperen, terwijl hij door het maatschappelijk jaarverslag van PricewaterhouseCoopers bladert. "Het komt nog niet heel ambitieus over. Maar men geeft dan ook zelf al aan dat dit jaarverslag een eerste stap is. Inderdaad is het belangrijk dat je ergens een begin maakt als je met maatschappelijke jaarverslaggeving aan de gang wilt gaan. Ik ervaar dat als positief."

Op verzoek van 'de Accountant' bogen Johan Piet van TranspaRAbility en Ernst van Weperen van de Vereniging van Beleggers voor Duurzame Ontwikkeling zich over de recent gepubliceerde maatschappelijke jaarverslagen van Deloitte en PricewaterhouseCoopers.



FOTO: SIMONE VAN ES

Johan Piet:
‘De maatschappelijke bijdrage wordt nauwelijks geëxpliciteerd. Dan heb ik het niet over het bruto nationaal product.’

Pluspunten

Een veelbelovende start, daar zijn de twee commentatoren het over eens. Over het effect en de consistentie kunnen ze nog niets zeggen. Over een jaar zal pas blijken of beide organisaties trouw zijn geweest aan hun geformuleerde uitgangspunten. Maar het eerste pluimpje is in ieder geval binnen. Er zijn nog meer pluspunten. Zo hebben beide verslagen ook duidelijk genoemd wie ze tot hun belangrijkste stakeholders rekenen. Beide verslagen krijgen een acht op dit onderdeel, is het eensluidende oordeel. Ook de geloofwaardigheid krijgt een voldoende. “Evenwichtige verslagen”, zegt Piet. “Een goede verdeling van goed nieuws en slecht nieuws. Dat straalt eerlijkheid uit.” Maar na dit bemoedigende begin, komen de kritische opmerkingen. Die gaan allereerst over de vorm. De toegankelijkheid van de jaarverslagen kan beter, vindt het duo. Van Weperen: “Ik zie graag al in het begin van het verslag een overzicht van de thema’s: trendanalyse, strategische visie, concrete vertaling naar kernactiviteiten, doelstellingen en de evaluatie van de doelstellingen. Dan weet je precies waar het om draait. Later kun je de details er wel bij zoeken. Dat doet Deloitte beter dan PricewaterhouseCoopers.”

Details

Ook inhoudelijk zijn de verslagen nog niet voorbeeldig. Veel details, dat wel, soms zelfs te veel. Zo heeft PricewaterhouseCoopers het over een klimaatneutraal transportbeleid, maar Piet is daarvan niet onder de indruk. “Je kunt wel cijfers geven over het autogebruik en de uitstoot van CO₂, maar dat zegt niets over het effecten op termijn. Als accountants weer de auto pakken, wordt alles weer anders.” De GRI-richtlijnen, zegt Piet, onderscheiden wel dertig stakeholders en vijfhonderd maatschappelijke thema’s. Maar die hoeft je lang niet allemaal te behandelen. Kies stakeholders en onderwerpen die jij belangrijk vindt voor je organisatie, motiveer waarom je die kiest en diep dit uit. Zulke keuzes lijken onvoldoende gemaakt door de kantoren.

Vertrouwen

Van Weperen: “Concrete trendanalyses zijn niet te vinden. De trendanalyse is weinig effectief zonder vertaling naar de strategische visie in kritische prestatie indicatoren. Doelstellingen hebben hierin tevens de praktische functie dat ze als kapstok kunnen gelden in het verslag. De grote boodschap van Deloitte is die van de integriteit van de eigen activi-

Personalia

Johan Piet is registeraccountant en oprichter en directeur van TranspaRAbility. Dit gespecialiseerde accountantskantoor verleent advies- en controle-diensten aan ondernemingen, overheden en andere organisaties op een breed terrein van maatschappelijke issues. In de periode 1991-1997 was Piet voorzitter van de Vereniging voor Milieu-Accountancy.

Ernst van Weperen is projectmanager onderzoek bij de Vereniging van Beleggers voor Duurzame Ontwikkeling (VBDO). De VBDO stimuleert beursgenoteerde ondernemingen door middel van dialoog tot een duurzamer bedrijfsvoering. Van Weperen onderzoekt en beoordeelt onder meer de kwaliteit van duurzaamheidsverslagen.

teiten. Men heeft zwaar ingezet op het herstel en bevestigen van vertrouwen. Daarin is men geslaagd. Maar duurzaamheid is meer dan alleen de integriteit van de eigen onderneming.” Piet oordeelt milder over Deloitte’s gepraat over vertrouwen. “De rol van de accountant in het maatschappelijk verkeer, dat onderwerp ►

Ernst van Weperen: 'PwC heeft het over charitatieve economie. Daarmee wek je de indruk dat maatschappelijke betrokkenheid slechts aan bod komt als er tijd en ruimte is.'

vind ik belangrijk in beide verslagen”, zegt hij. “Men speelt in op de beeldvorming van de accountant. Goed dat ze daarop ingaan, dat is de aftrap voor het formuleren van je maatschappelijke toegevoegde waarde. Maar beide verslagen moeten wel beter aangeven hoe zij dat vertrouwen denken te herstellen. PricewaterhouseCoopers doet dat nauwelijks, dat verbaast mij.”

'Te gemakkelijk'

Te gemakkelijk, zo luidt het oordeel ook over andere aspecten. Zo heeft Van Weperen nog veel vragen over de acceptatie van cliënten door beide kantoren. “Zij schrijven dat ze cliënten screenen, maar ik zou daar meer over willen weten. Welke criteria hanteren ze daarbij?”

Piet bespeurt eenzijdigheid. Nergens in de verslagen wordt duidelijk hoe kantoren inspelen op de vraag van hun opdrachtgevers naar maatschappelijke verantwoordelijkheid. “De analyse van de klantbehoefte is eenzijdig benaderd.” Als groot gemis in de maatschappelijke jaarverslagen signaleren de twee critici verder de motivatie voor maatschappelijke betrokkenheid. “PricewaterhouseCoopers heeft het over de charitatieve economie”, zegt Van Weperen. “Daarmee wek je de indruk dat maatschappelijke betrokkenheid niet in de kernactiviteiten verweven zit, maar slechts aan bod komt als er tijd en ruimte is. Dat kan positief zijn doordat je kernactiviteiten inzet voor goede doelen. Je levert door middel van je kennis een bijdrage aan de maatschappij. Maar dan moet je ook aangeven welke resultaten je daarmee hoopt te bereiken. Dat is niet gebeurd.”

Diversiteit

De verslagen signaleren wel trends maar er volgt nauwelijks een scherpe analyse, vinden beide commentatoren. Zo wordt de diverse samenstelling van het personeel als een probleem aangemerkt, zonder dat een oplossing wordt aangedragen. “Diversiteit is terecht

Roger Dassen, ceo van Deloitte Nederland:

“Het maatschappelijk jaarverslag is een eerste belangrijke stap op het gebied van transparante communicatie met onze stakeholders, waaronder bedrijfsleven, de overheid en maatschappelijke organisaties, en moet de binding met deze groepen versterken. Een organisatie die haar maatschappelijke verantwoording onderkent, moet ook bereid zijn daar tekst en uitleg over te geven. Het jaarverslag helpt ons op deze wijze bij het ontwikkelen van de kwaliteit en professionaliteit van onze organisatie.

We realiseren ons dat corporate responsibility voor ons een relatief nieuw beleidsterrein is waarop nog veel moet gebeuren. Wij staan daarom open voor suggesties van belanghebbenden en hopen oprecht dat zij ons blijven wijzen op punten die zij van belang vinden om ons cr-beleid continu te blijven verbeteren. Dat is ook de reden waarom we een stakeholder-enquête hebben gehouden. De doelstelling van dit kwalitatieve onderzoek is om te komen tot een gestructureerd en vollediger beeld van meningen van de diverse stakeholders, zodat bruikbare input wordt verkregen voor de structuur en relevante onderwerpen van ons volgende maatschappelijk jaarverslag.”

Arco ten Klooster, csr-officer PricewaterhouseCoopers:

“Voor het eerst leggen we in de vorm van een maatschappelijk jaarverslag verantwoording af van ons beleid en onze resultaten op het gebied van mens, milieu en samenleving. En als eerste in onze branche is dit verslag geverifieerd. Wij hopen dat velen hiervan kennis zullen nemen en wij houden ons zeer aanbevolen voor reacties van een ieder die de moeite neemt ons verslag zorgvuldig te lezen (www.pwc.nl/jaarverslag).”

een punt van aandacht”, zegt Piet. “Maar wat doe je daarmee als accountantskantoor? Ik zie geen aanknopingspunten. PricewaterhouseCoopers voert de goede uitkomsten van een medewerkerstevredenheidsonderzoek op. Maar als je tevreden personeel aanziet voor het succes van je personeelsbeleid, hoe kan het dan dat je tegelijk zegt dat diversiteit een probleem is? Het is mogelijk dat je geen oplossing hebt voor de scheve verhouding tussen mannen en vrouwen, maar dan moet je dat zeggen. Misschien wil je er niets aan doen, maar je moet wel uitleggen waarom je keuzes maakt.”

Rapport

Op een schaal van 1 (*minimaal) tot 5 (*****maximaal)

	Deloitte	PwC
Overzichtelijkheid	***	**
Prioriteitstelling	***	**
Trendanalyse	**	**
Benoemen stakeholders	****	****
Aansluiting stakeholders	***	**
Vertaling trends naar beleid	**	*
Gebruik KPI's	***	***
Resultaten voor beleid	-	-
Consistentie	-	-
Eindrapport	7	6

Johan Piet: 'Een goede verdeling van goed nieuws en slecht nieuws. Dat straalt eerlijkheid uit.'

'Luchtfietserij'

Piet ziet achter alle onduidelikheden een groter gemis in de twee jaarverslagen. De maatschappelijke bijdrage van de accountantskantoren wordt nauwelijks geëxpliciteerd. “Dan heb ik het niet over de bijdrage aan het bruto nationaal product. Als het alleen gaat om de winst na belastingen, dan is die toegevoegde waarde zo goed als nul. Je voegt namelijk precies hetzelfde toe als de middelen die je aan de maatschappij onttrekt. Je moet aangeven op welke manier je als bedrijf bijdraagt aan welvaart en welzijn. De toelichting daarop mis ik. Dit los je niet op door de GRI-richtlijnen te volgen. Een goed maatschappelijk jaarverslag maak je door te bedenken wat je maatschappelijke bijdrage is, en pas daarna te kijken of die overeenkomt met de GRI-richtlijnen. Het lijkt erop alsof hierover niet goed is nagedacht. De echte waarde van een onderneming is vijf keer zo groot als wat in de balans staat. Je moet vertellen hoe je hiermee omgaat, want het gaat om je kernwaarden. Dit is een vorm van risk management. Als je niet beschrijft wat die meerwaarde is, heb je het over luchtfietserij.” ■