

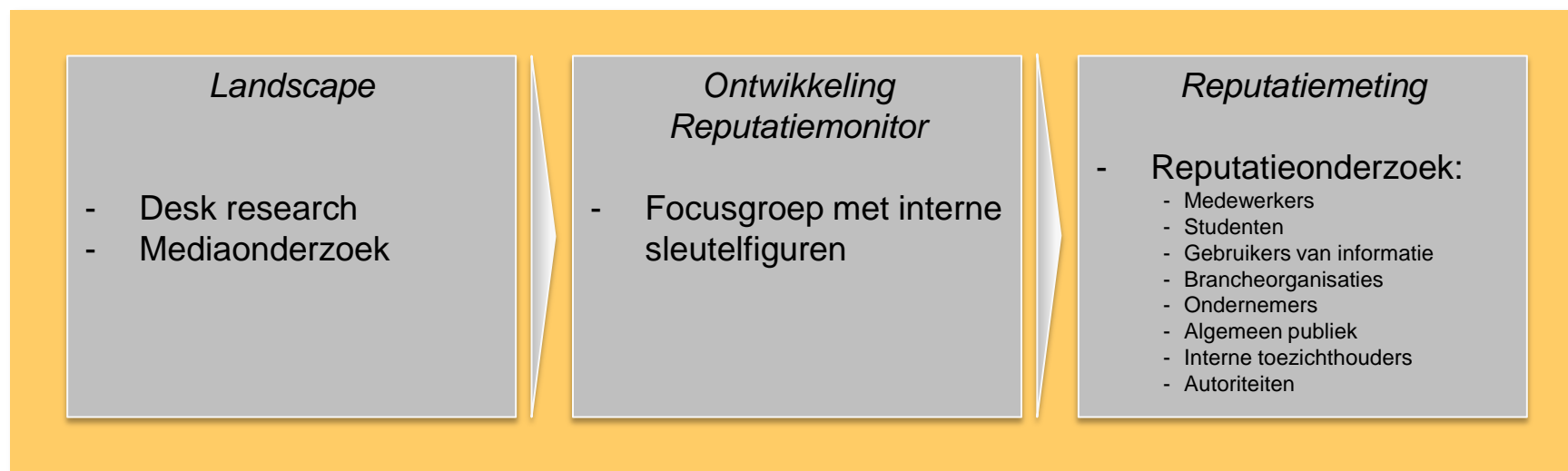
Nederlandse Beroepsorganisatie van Accountants

Onderzoek naar de reputatie van controlerend accountants

November 2013

Introductie

- De reputatie van accountants lijkt onder druk te staan door toenemende kritiek over de betrouwbaarheid en onafhankelijkheid van controlerend accountants. Dit was aanleiding voor de Nederlandse Beroepsorganisatie van Accountants (NBA) om opdracht te geven aan het Corporate Communication Centre, Erasmus University in samenwerking met het Reputation Institute tot het uitvoeren van een onderzoek onder interne en externe stakeholders. Het doel van het onderzoek is om een beter beeld te krijgen van de oorzaken en gevolgen van dit reputatieverlies.

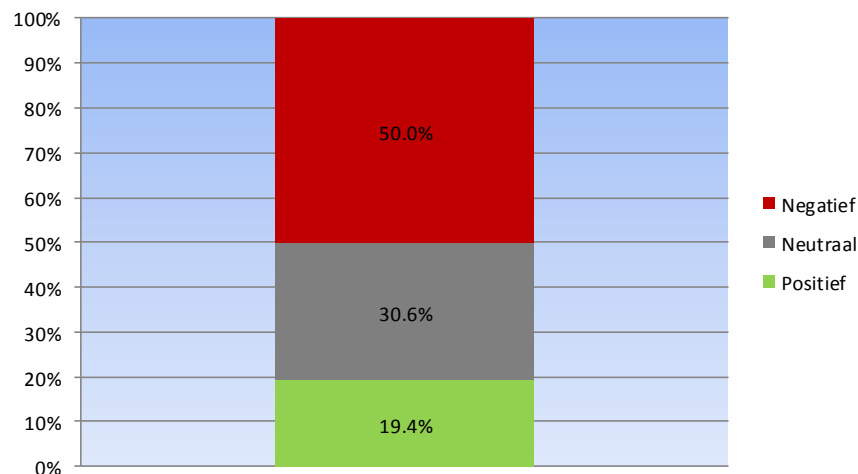


Deel I Landscape Resultaten

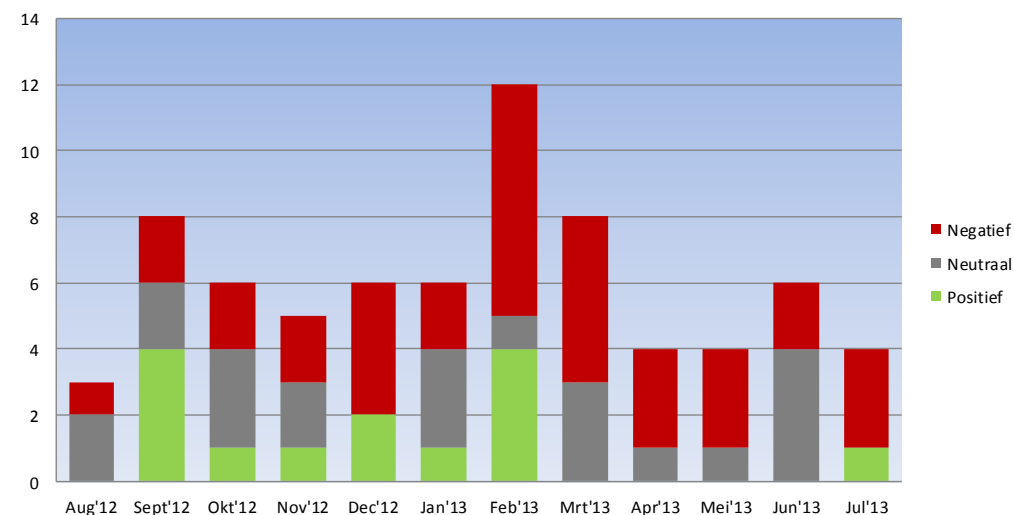
De media analyse toont aan dat er vooral veel negatieve berichtgeving is over accountants

- Berichtgevingen in de media over accountants waren in de periode augustus 2012 tot en met juli 2013 vaker negatief dan positief. In de maanden maart, april, mei en juni van 2013 is er geen enkel positief nieuws over accountants gemeld (ANP augustus 2012 - juli 2013).
- De positieve berichtgevingen hadden met name betrekking op de initiatieven van het NBA, het ontkrachten van aantijgingen aan het adres van accountants, accountancyvakken die populair zijn op weekendschool en de positieve resultaten van accountants en accountantskantoren.
- De negatieve berichtgevingen hadden met name betrekking op aantijgingen vanuit AFM en VEB over ondermaatse kwaliteit en tevens aansprakelijkheid op het gebied van fraude of andere misstanden bij bedrijven/accountants, en schorsingen, berispingen en boetes die accountants werden opgelegd.

Overzicht berichtgeving Accountants naar 'tone of voice'
-aug'12-juli'13 72 berichten-



Aantal mediaberichten Accountants naar 'tone of voice'



Deel I Landscape

Conclusies

- De landscape heeft aangetoond dat er drie kernproblemen de oorzaak zijn van de toenemende druk en kritiek op accountants:

- Economische druk

Er is minder vraag naar accountants door de financiële crisis en technologische ontwikkelingen. Daarnaast zijn de prijzen van controle en advies gedaald en worden tegelijkertijd strengere eisen gesteld aan audits waardoor er hogere concurrentiedruk is ontstaan.

- Maatschappelijke druk

Het vertrouwen in de accountant en in de uitgevoerde audits staat onder druk. Controlerende accountants worden in de media in verband gebracht met de financiële crisis, fraude, talloze boekhoudschandalen en corporate en institutionele debacles. Daarnaast hebben de controlerende accountants de laatste jaren publiekelijk kritiek over zich heen gekregen van de AFM. Door de voortdurend kritiek van media en autoriteiten staat de reputatie van de accountants onder druk.

- Turbulente marktomgeving

De economische en maatschappelijke druk op de sector heeft tot gevolg dat er de laatste tijd veel veranderingen hebben plaats gevonden. Voor accountants zelf maar ook voor de ondernemingen veranderde regels en wetgeving. Als reactie op de debacles en het verlies aan vertrouwen heeft de overheid bijvoorbeeld een roulatie van controlerend accountantskantoor verplicht.

Deel II Reputatiemonitor Resultaten

Gedetailleerd Reputatiemonitor Controlerend Accountants

Attributen

Reputatie-aanjager

Reputatie score (Pulse)

Steunend gedrag

- Oordeelt correct over betrouwbaarheid en toereikendheid jaarrekening
- Oordeelt correct over weergave risico's jaarverslag
- Oordeelt correct over continuïteit van organisatie
- Verstrekt waardevolle informatie
- Goede prijs/kwaliteit verhouding
- Voldoet goed aan mijn behoeften/behoefte van klant
- Bereid om toelichting te geven

Producten & Services

- Past zich snel aan
- Innovatief

Innovatie

- Toegevoegde waarde organisatie
- Toegevoegde waarde maatschappij

MVO

- Kantoor heeft duidelijke visie gericht op kwaliteit
- Goed georganiseerd kantoor

Leiderschap

- Professioneel
- Integer: eerlijk en oprecht
- Objectief
- Onafhankelijk
- Vakbekwaam en zorgvuldig
- Respecteert vertrouwelijkheid

Kwaliteiten

- Communiqueert helder en constructief
- Communiqueert tijdig en relevant
- Communiqueert open en eerlijk
- Communiqueert duidelijk over werkzaamheden

Communicatie




- Verbale steun
- Aanraden zaken mee te doen
- Aanraden werken kantoor

Deel III Reputatiemeting Resultaten

Deel III Reputatiemeting

- Aan de hand van de reputatiemonitor is de reputatie van controlerend accountants in kaart te gebracht. De reputatiemeting is uitgevoerd in september en oktober 2013.
- De reputatiemeting is uitgevoerd onder acht stakeholdergroepen. De stakeholders zijn verdeeld over twee kerngroepen: Intern en extern.
 - *Intern* zijn de medewerkers van accountantskantoren. De resultaten zijn gewogen aan de hand van de verdeling van de accountantskantoren (Big Four 25%, Next Nine 15% en Anders 60%) in Nederland.
 - *Extern* zijn studenten, gebruikers van informatie, brancheorganisaties, ondernemers, interne toezichthouders, autoriteiten en het algemeen publiek.
- Er zijn drie objecten van onderzoek: Controlerend accountants, accountantskantoren en de Nederlandse Beroepsorganisatie voor Accountants (NBA).
- De volgende sheets geven de resultaten weer van het reputatieonderzoek.



Kernresultaten *Reputatie Accountants*

Eerste 3 genoemde associaties zijn positief.

Wat zijn uw eerste gedachten, impressies, associaties als u denkt aan accountants?*



Intern



Extern

Primaire associatie

Bekwaam:

Doelbewust, handig, kwaliteit, secuur, specialisatie, hoogopgeleid, deskundig, objectief, professioneel, slim, veel kennis
(N=143)

Governance positief:

Betrouwbaar, eerlijk, integer, ethisch, vertrouwenspersoon, onafhankelijk
(N=605)

Secundaire associatie

Governance positief:

Betrouwbaar, eerlijk, integer, ethisch, vertrouwenspersoon, onafhankelijk
(N=139)

Werkzaamheden:

Adviseurs, vertrouwenspersoon, rekenen, zakelijk, controle, belasting, boekhouding, rekeningen, cijfers, geld, begroting, jaarrekening, financiën, regels
(N=253)

Tertiaire associatie

Werkzaamheden:

Adviseurs, vertrouwenspersoon, rekenen, zakelijk, controle, belasting, boekhouding, rekeningen, cijfers, geld, begroting, jaarrekening, financiën, regels
(N=125)

Positief imago:

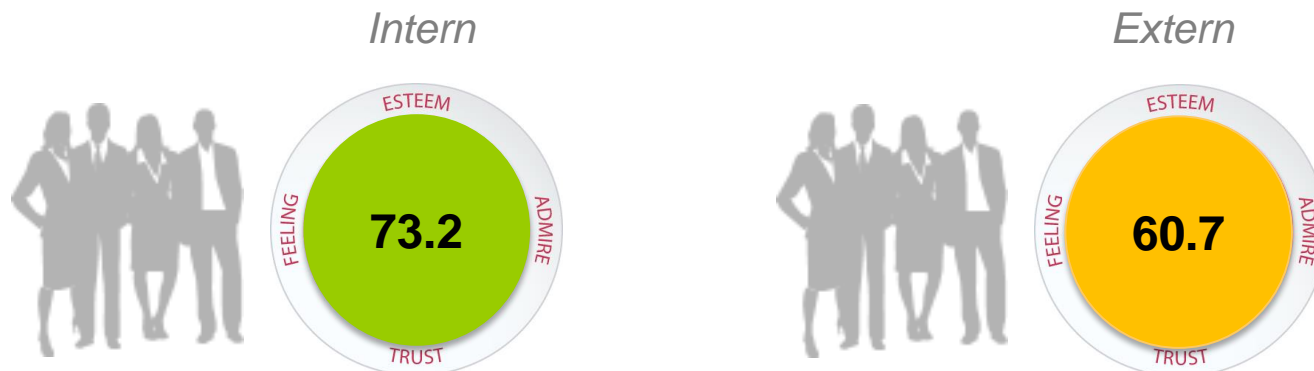
Net pak, goed beroep
(N=213)

*Respondenten kunnen meerdere associaties per persoon noemen.




Interne stakeholders zijn het meest positief over de reputatie van controlerend accountants, externen geven de accountants een gemiddelde score.



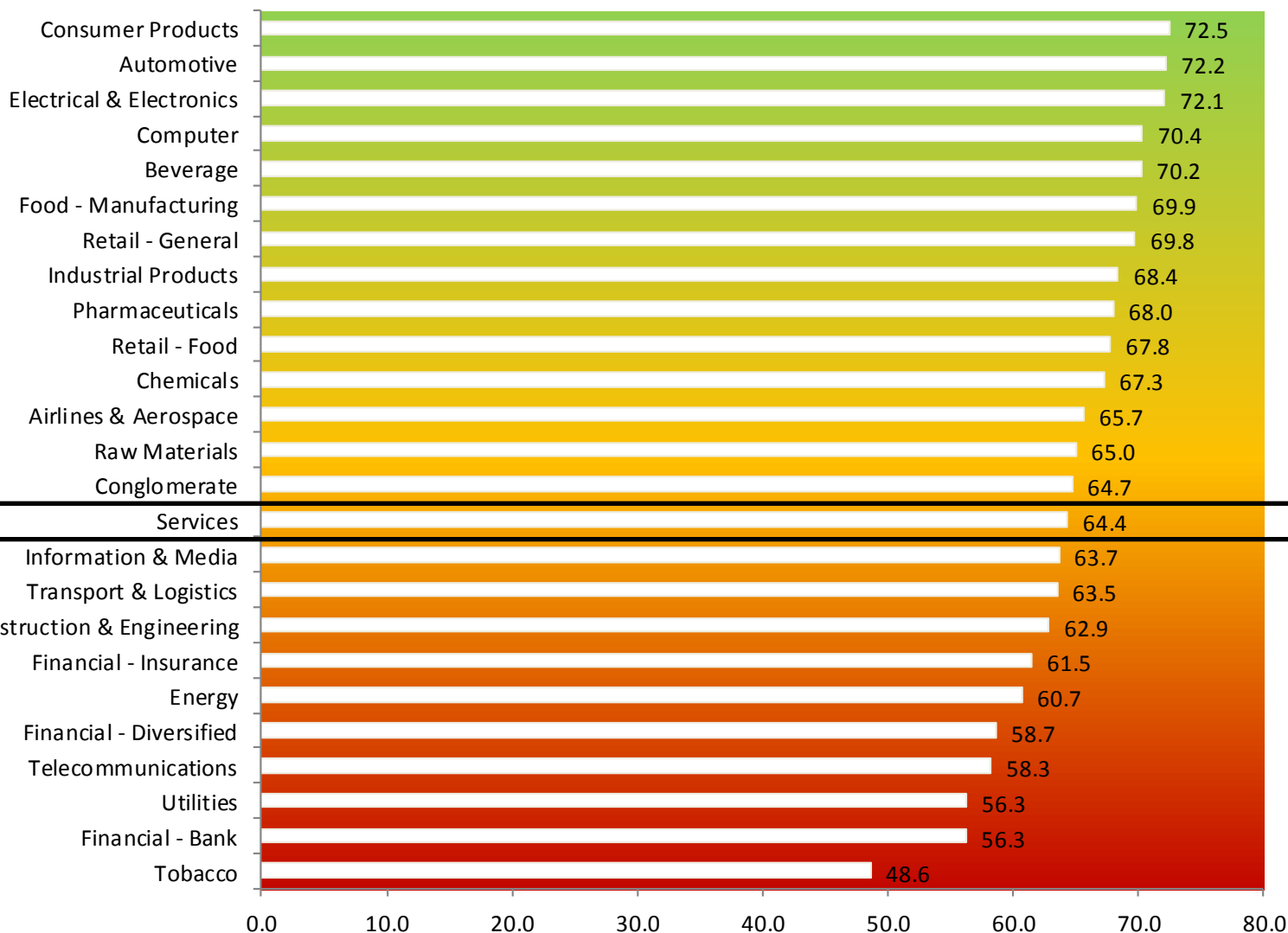
Accountants



- De overall reputatie (Pulse) is een weerspiegeling van het gevoel wat stakeholders bij controlerend accountants hebben.
- De overall reputatie wordt door interne stakeholders het hoogste gewaardeerd met een score van 73.2. Externen beoordelen controlerend accountants gemiddeld met een 60.7.
- Eerdere onderzoeken van het Corporate Communication Centre tonen aan dat het verschil tussen interne en externe stakeholders gemiddeld tien tot vijftien punten is. Het verschil tussen interne en externe stakeholders in dit onderzoek is dus een gemiddelde kloof.

	Handhaven (>70)
	Ruimte voor verbetering (60-70)
	Direct actie ondernemen (<60)

Accountants scoren extern iets lager dan het gemiddelde van de Services industrie wereldwijd

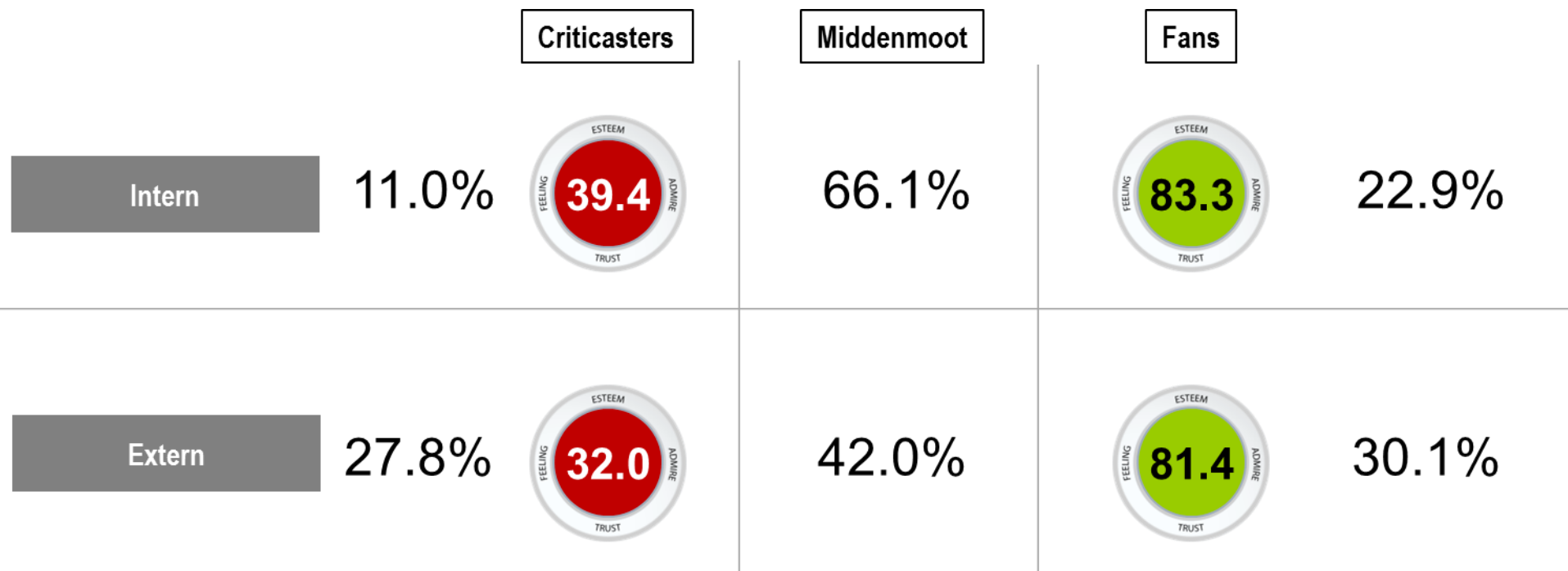


- Wereldwijd heeft de industrie Services een gemiddelde reputatiescore van 64.4 in 2013. Accountants worden door de externe stakeholders met een 60.7 iets lager gewaardeerd.

Source: Reputation Institute's Global Pulse study conducted Jan/Feb 2013.

Note: Industry classification is based on the 2-digit U.S. Standard Industrial Classification (SIC) codes. For reporting and ranking purposes in this report, only industries with a minimum of ten companies were examined.

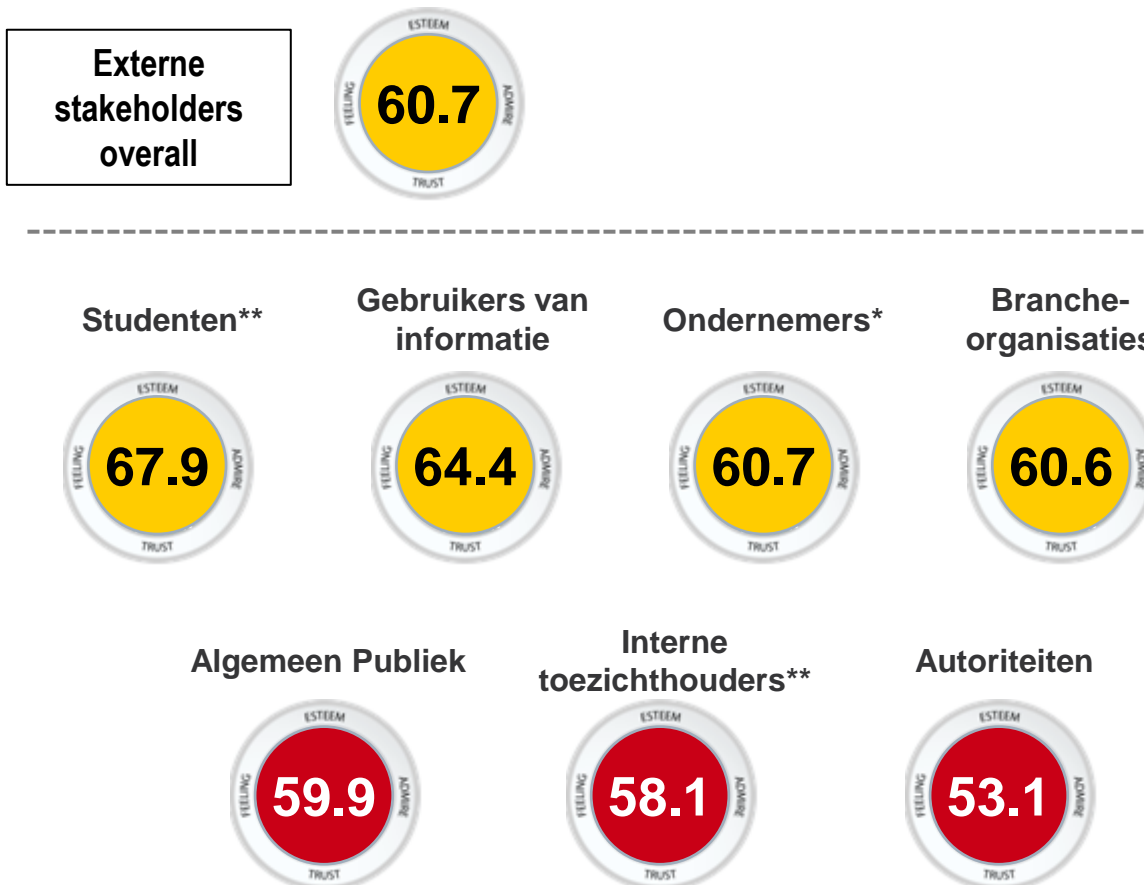
Opvallend is dat bij de interne stakeholders het overgrote gedeelte de reputatie gemiddeld beoordeelt, externe stakeholders zijn uitgesprokener. Een grote groep geeft een zeer hoge beoordeling en eenzelfde groep geeft een zeer lage beoordeling.






- *Criticasters zijn mensen die accountants relatief zwak waarderen (Overall reputatie (Pulse) <50). Fans zijn juist mensen die relatief zeer positief zijn over accountants (Overall reputatie (Pulse) >70).*

Bij externe stakeholders geven studenten de accountant de hoogste reputatie, gevolgd door gebruikers van informatie. De autoriteiten zijn het meest kritisch over de controlerend accountant.

- De overall reputatie (Pulse) is een weerspiegeling van het gevoel wat stakeholders bij controlerend accountants hebben.
- Studenten en gebruikers van informatie hebben het meest positieve gevoel bij accountants.
- Brancheorganisaties en ondernemers beoordelen de reputatie van accountants gemiddeld.
- Het algemeen publiek, interne toezichthouders en vooral autoriteiten zijn kritisch ten aanzien van de controlerend accountant.



 Handhaven (>70)
 Ruimte voor verbetering (60-70)
 Direct actie ondernemen (<60)

*inclusief werknemers van organisaties
 **interpreteren met voorzichtigheid gezien steekproefgrootte

Opvallend is dat studenten en gebruikers van informatie (die de hoogste waardering geven) overwegend neutraal zijn. De andere stakeholdergroepen zijn uitgesprokener over de reputatie van accountants.

	Critcasters		Middenmoot	Fans	
Studenten**	17.9%	31.2	55.4%	26.8%	84.6
Gebruikers van informatie	23.8%	26.5	51.2%	25.0%	84.7
Branche organisaties	32.1%	38.2	39.3%	28.6%	78.4
Ondernemers*	26.9%	34.6	39.4%	33.7%	79.7
Algemeen publiek	26.7%	26.7	44.8%	28.5%	82.1
Interne toezichthouders**	34.9%	31.1	39.8%	25.3%	80.1
Autoriteiten	49.0%	35.8	23.5%	27.5%	80.3




*inclusief werknemers van organisaties

**interpreteren met voorzichtigheid gezien steekproefgrootte

Interne en externe stakeholders zijn het positiefst over de kwaliteiten, kritisch zijn zij over de innovatieve capaciteit van controlerend accountants.

- De reputatie-aanjagers zijn de dimensies die de overall reputatie (pulse) aanjagen.
- Internen en externen laten eenzelfde beeld zien. Interne en externe stakeholders zijn het meest positief over de kwaliteiten van controlerend accountants. Daarnaast beoordelen zij de toegevoegde waarde van accountants voor de organisatie en de maatschappij (MVO) en het kantoor waar de accountant werkt (Leiderschap) relatief positief.
- Kritisch zijn zij echter over de innovatieve capaciteit.
- De kloof tussen interne en externe stakeholders is gemiddeld blijkt uit onderzoek van het RI.



 Handhaven (>70)
 Ruimte voor verbetering (60-70)
 Direct actie ondernemen (<60)

Bij de externe stakeholders zijn studenten wederom het meest positief, gevolgd door de gebruikers van informatie. Autoriteiten zijn het meest kritisch.

- De reputatie-aanjagers zijn de dimensies die de overall reputatie (pulse) aanjagen.
- Studenten zijn over het algemeen het meest positief over de aanjagers van reputatie. Zij beoordelen vooral de aanjagers Kwaliteiten, Leiderschap en MVO zeer positief.
- Het algemeen publiek en gebruikers van informatie beoordelen de aanjagers van reputatie van controlerend accountants ook relatief hoog in vergelijking met de andere externe stakeholders. Gebruikers van informatie en het algemeen publiek beoordelen zelfs de Producten & Services hoger in vergelijking met de studenten. Tevens is het algemeen publiek het meest positief over de innovatieve capaciteit van accountants in vergelijking met de andere stakeholdergroepen.
- De autoriteiten zijn het minst positief over de reputatie-aanjagers. Zij zijn vooral kritisch over de innovatieve capaciteit van controlerend accountants. Ook staan zij negatief ten opzichte van de Producten & Services en de Communicatie van accountants.

	Studenten**	Gebruikers van informatie	Branche-organisaties	Ondernemers*	Algemeen publiek	Interne toezichthouders**	Autoriteiten
Reputatie							
Producten & Services	66.4	67.3	63.8	60.3	66.7	61.8	55.4
Innovatie	52.4	59.8	42.9	44.0	66.4	41.5	35.5
MVO	76.0	71.2	67.2	59.7	67.9	62.5	64.5
Leiderschap	76.3	69.8	67.0	67.0	67.2	67.5	65.5
Kwaliteiten	79.9	72.8	75.5	73.7	68.3	72.8	66.4
Communicatie	69.1	68.3	64.5	60.9	64.1	61.7	55.2

Handhaven (>70)

Ruimte voor verbetering (60-70)




Direct actie ondernemen (<60)

*inclusief werknemers van organisaties

**interpreteren met voorzichtigheid gezien steekproefgrootte

Reputatieresultaten in detail

	Intern	Extern	Vershil	Studenten**	Gebruikers van informatie	Branche-organisaties	Ondernemers*	Algemeen publiek	Interne toezichthouders**	Autoriteiten
Producten & Services										
Oordeelt correct over betrouwbaarheid en toereikendheid jaarrekening	79.1	70.3	8.8	76.2	69.9	75.8	68.6	69.7	71.5	60.4
Oordeelt correct over weergave risico's jaarverslag	67.0	62.1	4.9	68.9	65.7	63.6	60.1	66.5	59.4	50.9
Oordeelt correct over continuïteit van organisatie	73.4	65.2	8.2	69.9	67.7	65.7	64.1	68.6	65.3	55.2
Verstrekt waardevolle informatie	68.5	60.3	8.2	65.0	68.9	61.8	52.7	68.5	53.9	51.6
Goede prijs/kwaliteit verhouding	66.0	50.8	15.2	53.8	58.0	45.3	46.1	59.0	48.4	45.3
Voldoet goed aan mijn behoeften/behoefte van klant	62.9	58.8	4.1	58.4	66.1	57.8	54.8	65.7	56.0	53.2
Bereid om toelichting te geven	79.4	73.9	5.5	72.6	74.6	76.7	75.4	69.3	78.1	70.9
Innovatie										
Past zich snel aan	54.9	53.7	1.2	54.8	64.3	51.2	49.7	68.0	48.6	39.6
Innovatief	49.1	44.2	4.9	50.1	55.3	34.7	38.2	64.9	34.5	31.4
MVO										
Toegevoegde waarde organisatie	78.2	65.3	12.9	71.2	72.2	65.4	54.9	70.8	58.7	63.8
Toegevoegde waarde maatschappij	80.4	68.7	11.7	80.8	70.2	68.9	64.4	65.1	66.3	65.2
Leiderschap										
Kantoor heeft duidelijke visie gericht op kwaliteit	74.5	66.4	8.1	75.0	69.0	63.5	63.7	66.6	64.8	62.2
Goed georganiseerd kantoor	76.4	70.8	5.6	77.6	70.6	70.5	70.2	67.9	70.2	68.8
Kwaliteiten										
Professioneel	84.0	75.5	8.5	83.4	75.9	75.4	76.1	72.7	73.9	71.2
Integer: eerlijk en oprecht	84.3	72.1	12.2	78.4	70.9	78.0	74.7	64.1	74.1	64.5
Objectief	80.3	66.9	13.4	72.2	68.0	69.9	68.9	68.1	65.4	56.0
Onafhankelijk	79.6	64.3	15.3	74.8	67.4	65.4	65.2	63.5	64.8	49.2
Vakbekwaam en zorgvuldig	83.0	73.6	9.4	77.8	74.2	76.7	72.2	69.7	73.7	70.5
Respecteert vertrouwelijkheid	92.6	84.2	8.4	92.6	80.5	87.7	85.3	71.7	84.8	86.8
Communicatie										
Communiqueert helder en constructief	65.4	62.7	2.7	67.6	67.5	62.5	61.3	64.3	61.9	53.5
Communiqueert tijdig en relevant	66.7	61.8	4.9	68.2	68.1	63.4	59.5	64.7	55.6	52.8
Communiqueert open en eerlijk	73.6	66.4	7.2	71.5	70.7	67.6	69.1	63.5	66.7	55.8
Communiqueert duidelijk over werkzaamheden***	58.2	60.4	-2.2	n.a.	66.8	n.a.	53.6	n.a.	62.4	58.6

-  Handhaven (>70)
-  Ruimte voor verbetering (60-70)
-  Direct actie ondernemen (<60)

*inclusief werknemers van organisaties

**interpreteren met voorzichtigheid gezien steekproefgrootte

***niet uitgevraagd onder het algemeen publiek, studenten en brancheorganisaties

In detail komt het volgende beeld naar voren:

➤ Intern waardeert men met name dat accountants...

- ✓ **vertrouwelijkheid respecteren (92.6)**
- ✓ **integer (eerlijk en oprecht) zijn (84.3)**
- ✓ **professioneel zijn (84.0)**

➤ Kritischer is men over het feit dat accountants...

- **innovatief zijn (49.1)**
- **zich snel aanpassen (54.9)**
- **duidelijk communiceren over werkzaamheden (58.2)**

➤ Extern waardeert men juist met name dat accountants...

- ✓ **vertrouwelijkheid respecteren (84.2)**
- ✓ **professioneel zijn (75.5)**
- ✓ **bereid zijn om toelichting te geven (73.9)**

➤ Kritischer is men over het feit dat accountants...

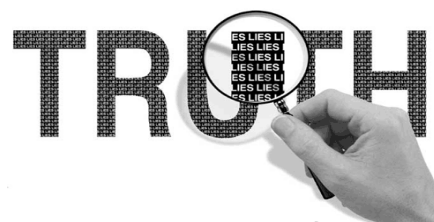
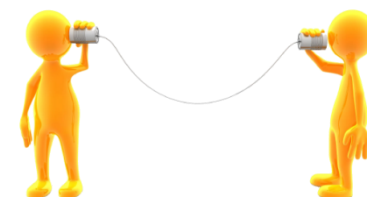
- **innovatief zijn (44.2)**
- **een goede prijs/kwaliteit verhouding hebben (50.8)**
- **zich snel aanpassen (53.7)**
- **voldoen aan behoeften van klant (58.8)**

➤ Verschillen tussen intern en extern zijn het grootst voor:

- ✓ **Onafhankelijkheid**
- ✓ **Goede prijs/kwaliteit verhouding**
- ✓ **Objectiviteit**
- ✓ **Toegevoegde waarde voor organisatie**
- ✓ **Integriteit**

➤ Waarderingen zijn gelijk voor:

- **Past zich snel aan**
- **Communiqueert duidelijk over werkzaamheden**
- **Communiqueert helder en constructief**



In detail komt het volgende beeld naar voren:

➤ *Positief waarden...*

Studenten**	+ Respecteert vertrouwelijkheid (92.6) + Professioneel (83.4)
Gebruikers van informatie	+ Respecteert vertrouwelijkheid (80.5) + Professioneel (75.9)
Brancheorganisaties	+ Respecteert vertrouwelijkheid (87.7) + Integer (78.0)
Ondernemers*	+ Respecteert vertrouwelijkheid (85.3) + Professioneel (76.1)
Algemeen publiek	+ Professioneel (72.7) + Respecteert vertrouwelijkheid (71.7)
Interne toezichthouders**	+ Respecteert vertrouwelijkheid (84.8) + Bereid om toelichting te geven (78.1)
Autoriteiten	+ Respecteert vertrouwelijkheid (86.8) + Professioneel (71.2)

➤ *Kritisch zijn over...*

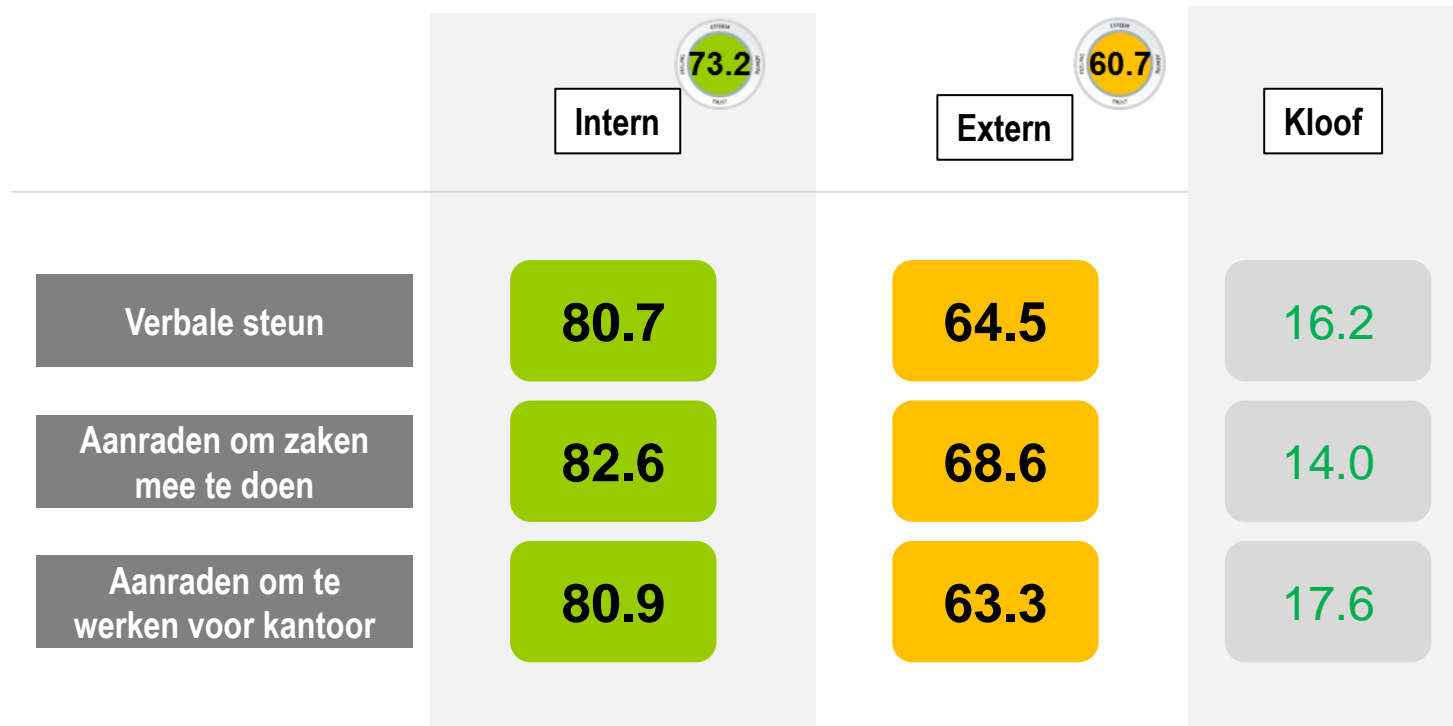
- Innovatief (50.1) - Goede prijs/kwaliteit verhouding (53.8)
- Innovatief (55.3) - Goede prijs/kwaliteit verhouding (58.0)
- Innovatief (34.7) - Goede prijs/kwaliteit verhouding (45.3)
- Innovatief (38.2) - Goede prijs/kwaliteit verhouding (46.1)
- Goede prijs/kwaliteit verhouding (59.0)
- Innovatief (34.5) - Goede prijs/kwaliteit verhouding (48.4)
- Innovatief (31.4) - Past zich snel aan (39.6)




*inclusief werknemers van organisaties

**interpreteren met voorzichtigheid gezien steekproefgrootte

Interne stakeholders zijn in zeer hoge mate bereid accountants te steunen, externe stakeholders zijn ook in relatief hoge mate geneigd controlerend accountants te steunen.

- De resultaten geven inzicht in de gedragsintenties ten opzichte van accountants en het kantoor waar de accountant werkzaam is.
- Interne stakeholders zijn in zeer hoge mate geneigd accountants te steunen. Vooral aanraden om zaken mee te doen wordt hoog gewaardeerd.
- Externe stakeholders zijn ook in relatief hoge mate bereid de accountant te steunen. Ook zijn externen het meest geneigd om accountants aan te raden om zaken mee te doen.
- De kloof tussen beide groepen is weliswaar groot, echter de steun voor beide groepen is relatief hoog.

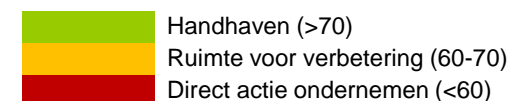


 Handhaven (>70)
 Ruimte voor verbetering (60-70)
 Direct actie ondernemen (<60)

Bij het steunend gedrag ten aanzien van controlerend accountants zijn ook de brancheorganisaties relatief positief. Autoriteiten blijven kritisch.

- De resultaten geven inzicht in de gedragsintenties ten opzichte van accountants en het kantoor waar de accountant werkzaam is.
- Studenten zijn wederom het meest positief over de gedragsintenties om accountants en het kantoor waar de accountant werkzaam is te steunen.
- Daarnaast zijn de gebruikers van informatie en de brancheorganisaties in relatief hoge mate geneigd de accountant en het kantoor waar de accountant werkzaam is te steunen.
- Autoriteiten zijn het minst geneigd om de controlerend accountant aan te raden of verbaal te steunen.
- Opvallend is dat bij de andere vier stakeholdergroepen (ondernemers, algemeen publiek, interne toezichthouders en autoriteiten) men het minst geneigd is om het kantoor aan te raden waar de accountant werkzaam is.

Gedragsintenties	Studenten**	Gebruikers van informatie	Branche-organisaties	Ondernemers*	Algemeen publiek	Interne toezichthouders**	Autoriteiten
Verbale steun	79.9	65.1	62.2	63.3	61.9	61.4	58.1
Aanraden om zaken mee te doen	85.5	70.2	71.7	62.9	63.6	63.7	62.8
Aanraden om te werken voor kantoor	78.4	66.1	66.6	59.1	58.2	57.9	57.1



*inclusief werknemers van organisaties

**interpreteren met voorzichtigheid gezien steekproefgrootte

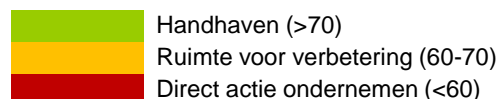
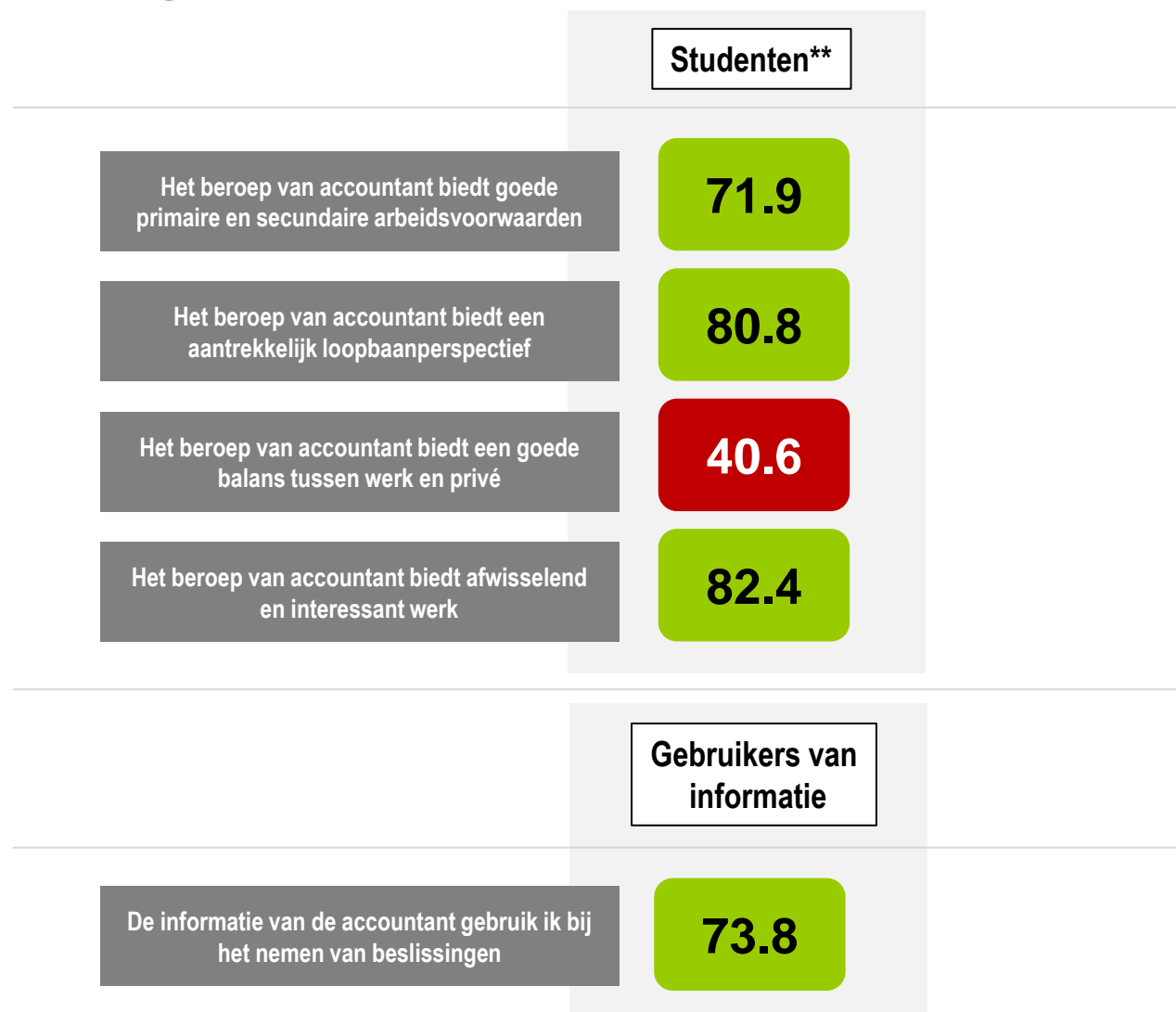
Specifieke stellingen stakeholdergroepen:

- De stellingen zijn additionele reputatie-aanjagers die van invloed zijn op de overall reputatie van accountants.

Studenten vinden vooral dat het beroep afwisselend en interessant is en dat het een aantrekkelijke loopbaanperspectief heeft.

- Studenten beoordelen vinden in zeer hoge mate dat het beroep van de accountant afwisselend en interessant is. Daarnaast zijn zij ook zeer te spreken over het loopbaanperspectief.

Gebruikers van informatie gebruiken in hoge mate de informatie van accountants bij het nemen van beslissingen.



**interpreteren met voorzichtigheid gezien steekproefgrootte



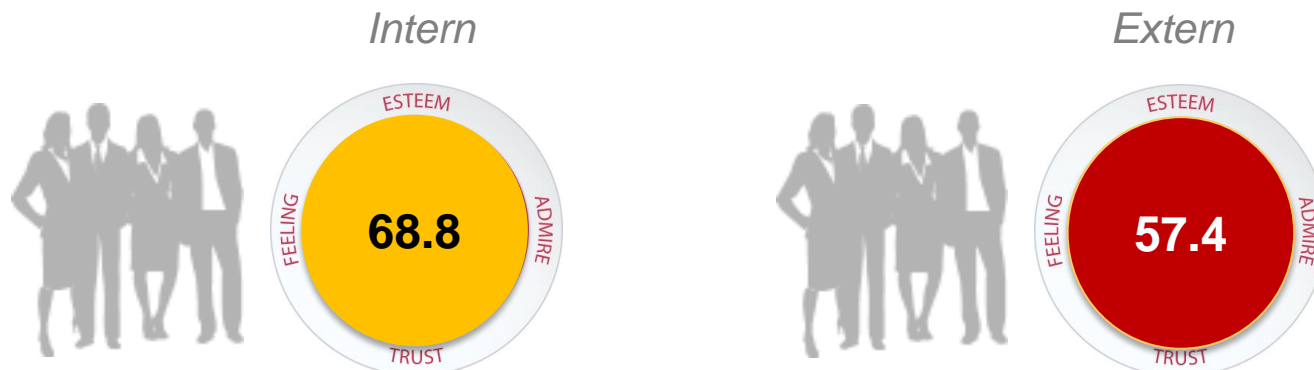
Kernresultaten

Reputatie Accountantskantoren




Intern waardeert men de Accountantskantoren gemiddeld, externen zijn hier kritischer over.



Accountantskantoren
(Big four, next nine & overig)

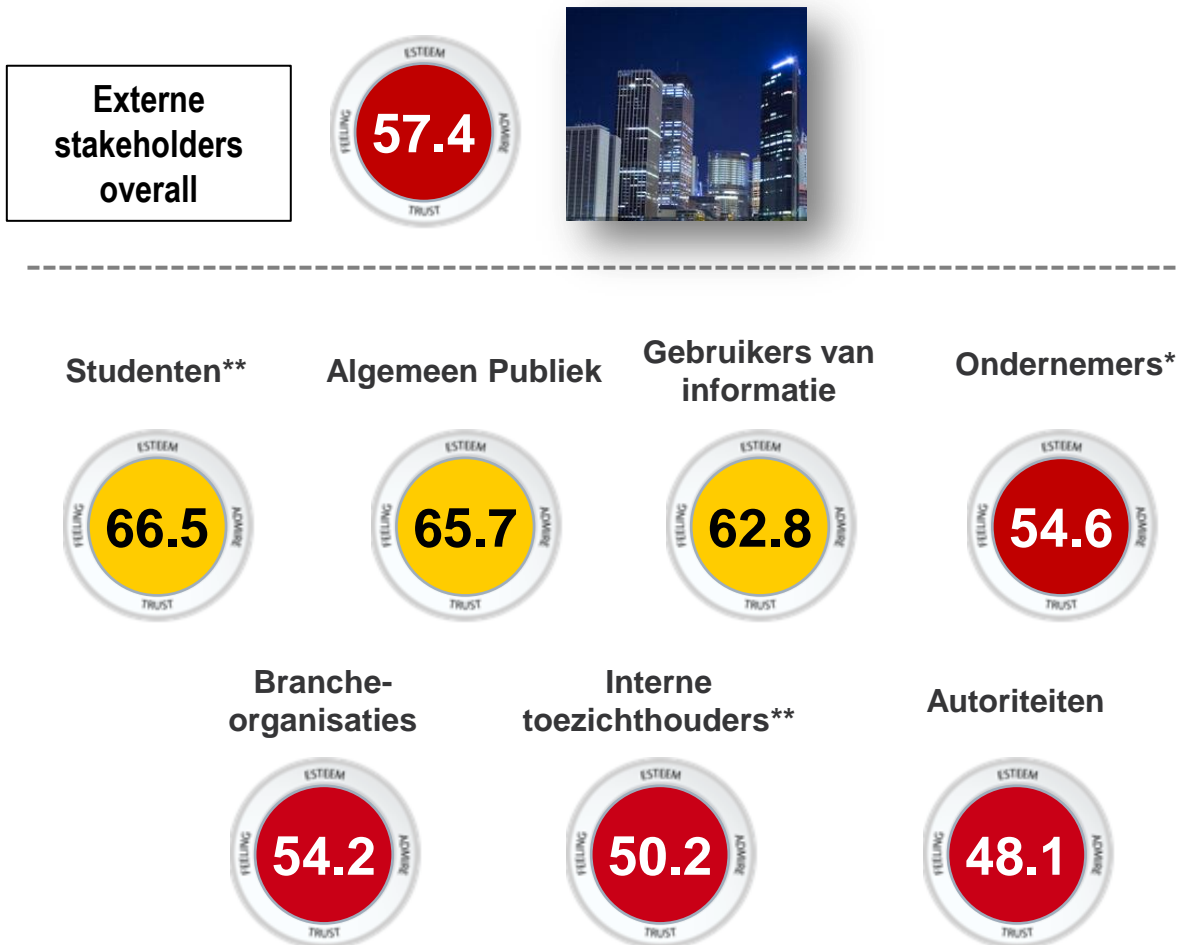


- De overall reputatie (Pulse) is een weerspiegeling van het gevoel wat stakeholders bij accountantskantoren hebben.
- De overall reputatie wordt door interne stakeholders iets hoger gewaardeerd met een score van 68.8. Externen zijn gematigder over de reputatie van de accountantskantoren, zij beoordelen de reputatie met een 57.4.
- Eerdere onderzoeken van het Corporate Communication Centre tonen aan dat het verschil tussen interne en externe stakeholders gemiddeld tien tot vijftien punten is. Het verschil tussen interne en externe stakeholders in dit onderzoek is dus een gemiddelde kloof.

	Handhaven (>70)
	Ruimte voor verbetering (60-70)
	Direct actie ondernemen (<60)

Externe stakeholders: Studenten en mensen uit het algemeen publiek zijn het positiefst over de accountantskantoren! Autoriteiten en interne toezichthouders zijn het meest kritisch over accountantskantoren.

- De overall reputatie (Pulse) is een weerspiegeling van het gevoel wat stakeholders bij accountantskantoren hebben.
- Studenten en mensen uit het algemeen publiek zijn het meest positief over de reputatie van accountantskantoren.
- De brancheorganisaties en ondernemers beoordelen het optreden van accountantskantoren gematigd.
- Het meest kritisch zijn de autoriteiten en de interne toezichthouders. Zij geven de accountantskantoren een ruime onvoldoende.



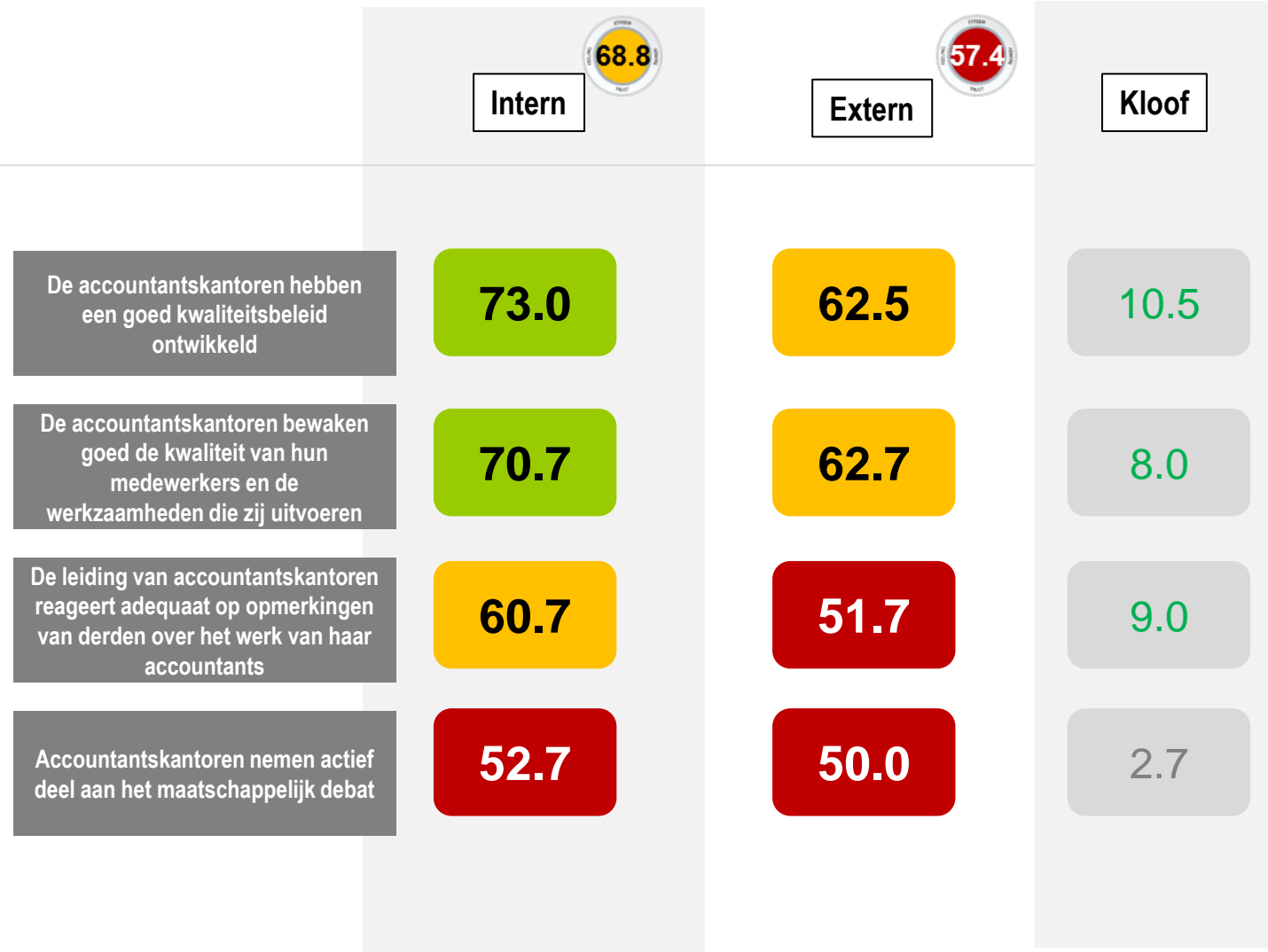
■ Handhaven (>70)
■ Ruimte voor verbetering (60-70)
■ Direct actie ondernemen (<60)




*inclusief werknemers van organisaties


**interpreteren met voorzichtigheid gezien steekproefgrootte

Op de aanjagers van reputatie van accountantskantoren zijn verschillen waarneembaar. Echter, interne en externe stakeholders zijn het meest kritisch over de deelname aan het maatschappelijke debat.

- De reputatie-aanjagers zijn de dimensies die de overall reputatie (pulse) aanjagen.
- Interne stakeholders zijn positief over twee aanjagers van reputatie; over de beheersing van het kwaliteitsbeleid en de kwaliteit van medewerkers. Zij zijn kritischer over de deelname van accountantskantoren aan het maatschappelijke debat.
- Externen zijn gematigder over de aanjagers van reputatie. Ook zij zijn het meest positief over de beheersing van de kwaliteit. Het meest kritisch zijn zij over de deelname aan het maatschappelijk debat en de leiding van accountantskantoren over het adequate optreden bij opmerkingen van derden over het werk van haar accountants.



 Handhaven (>70)
 Ruimte voor verbetering (60-70)
 Direct actie ondernemen (<60)

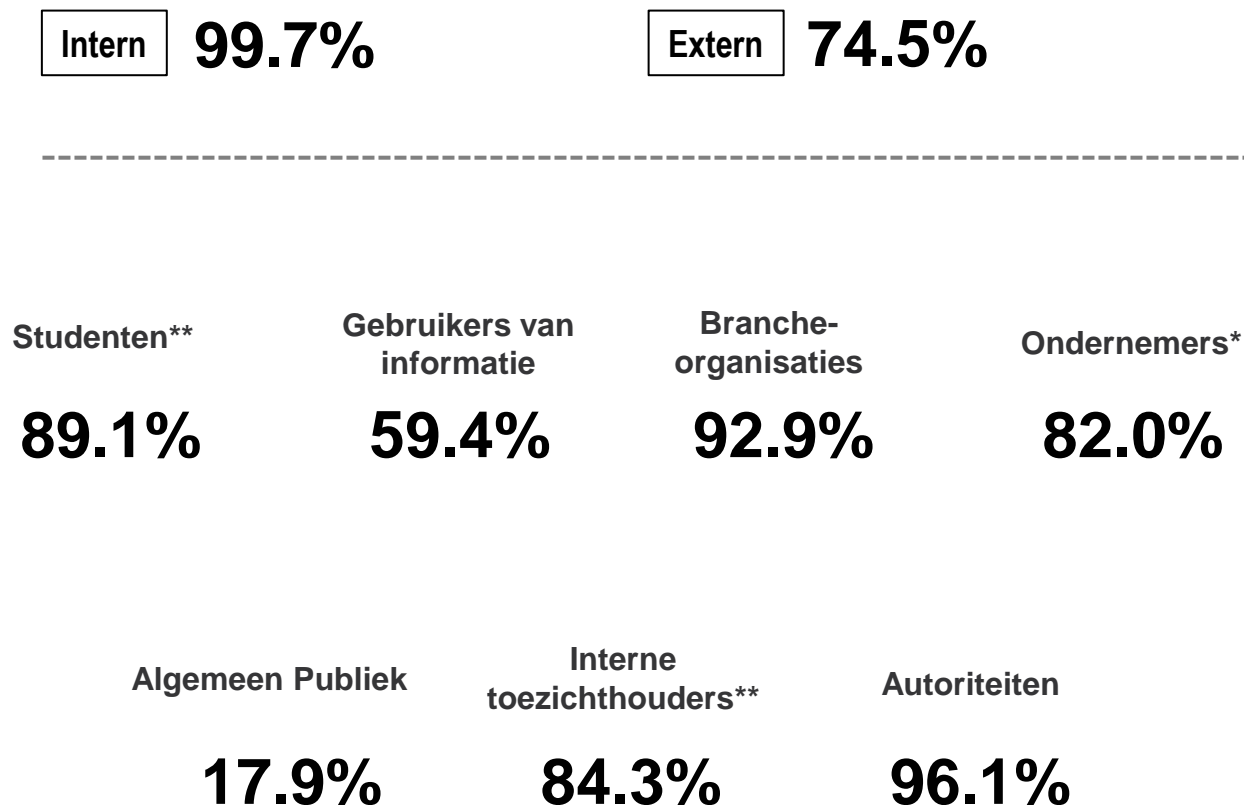


Kernresultaten *Reputatie NBA*

Interne en externe stakeholders zijn in hoge mate bekend met NBA.

- *Interne en externe stakeholders zijn allereerst bevraagd naar de bekendheid met de NBA. Alleen respondenten die aangegeven hebben bekend te zijn met de NBA, mochten de reputatie en de reputatie-aanjagers van de NBA beoordelen.*
- De bekendheid met de NBA is hoog onder zowel interne als externe stakeholders.
- Bij de externe stakeholders zijn de autoriteiten en de branche-organisaties het meest bekend met de NBA.
- De gebruikers van informatie en het algemeen publiek zijn het minst bekend met de NBA.

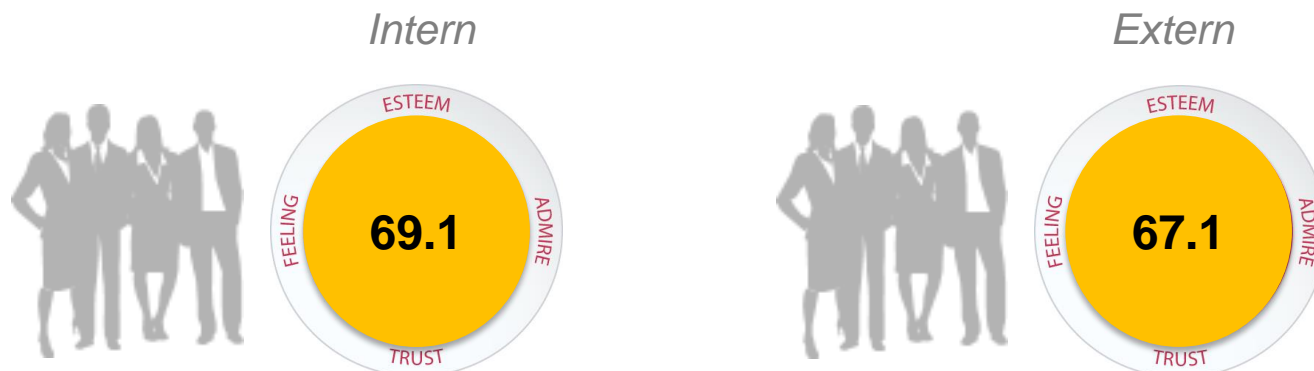
Percentage
Enigszins/zeer bekend met NBA






*inclusief werknemers van organisaties

**interpreteren met voorzichtigheid gezien steekproefgrootte

Beide stakeholdergroepen zijn relatief positief over de NBA.

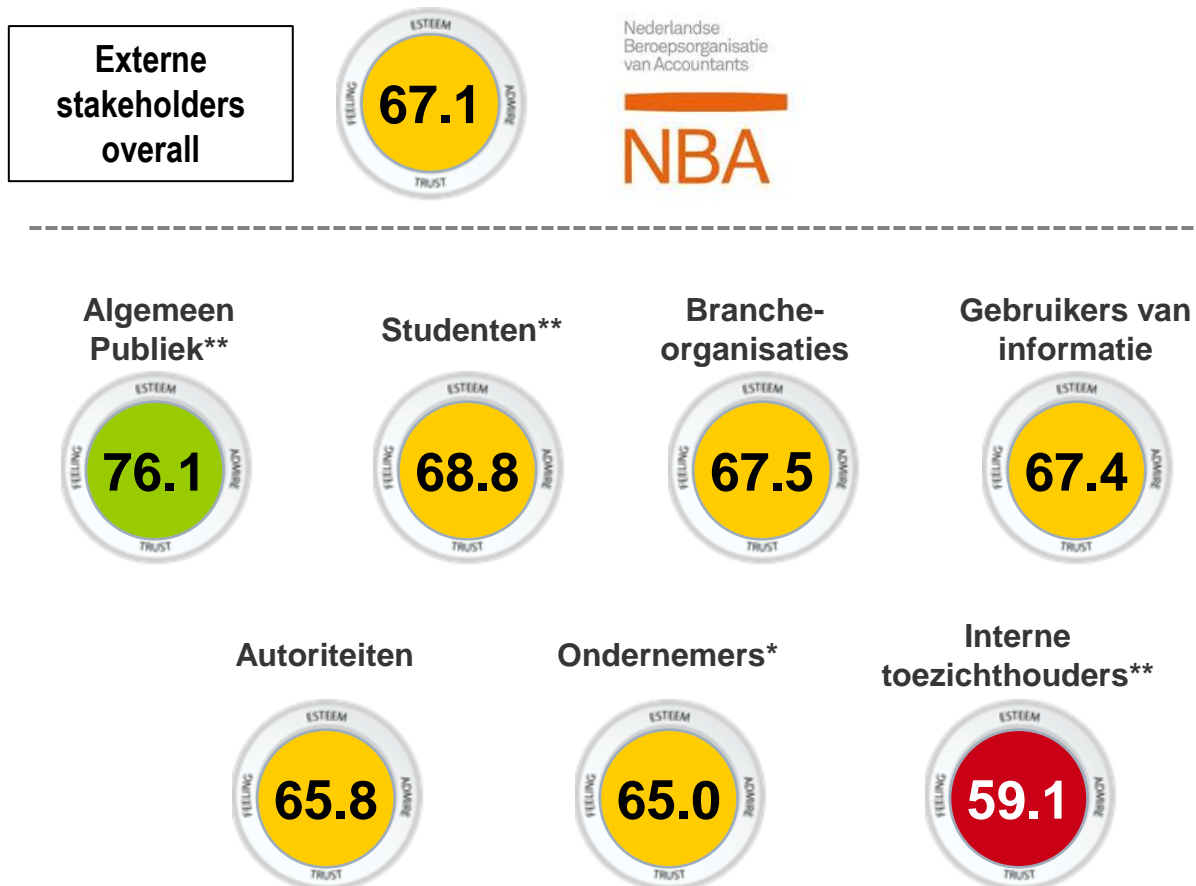





- De overall reputatie (*Pulse*) is een weerspiegeling van het gevoel wat stakeholders hebben bij de NBA.
- De overall reputatie van de NBA wordt door interne stakeholders iets hoger gewaardeerd dan externe stakeholders. De kloof is echter miniem; beide stakeholdergroepen zijn relatief positief over de NBA.

	Handhaven (>70)
	Ruimte voor verbetering (60-70)
	Direct actie ondernemen (<60)

Externe stakeholders: De beoordelingen van externe stakeholders zijn divers. Interne toezichthouders zijn het meest kritisch over het optreden van de NBA.

- De overall reputatie (Pulse) is een weerspiegeling van het gevoel wat stakeholders bij de NBA hebben.
- Mensen uit het algemeen publiek** die bekend zijn met de NBA zijn het meest positief over de NBA in vergelijking met de andere stakeholdergroepen.
- Opvolgend zijn de studenten, branche-organisaties en gebruikers van informatie positief over de NBA.
- Interne toezichthouders zijn het meest kritisch over de reputatie van de NBA.
- Opvallend is dat de autoriteiten, die het meest kritisch zijn over het optreden van de controlerend accountant, relatief positief zijn over de NBA.



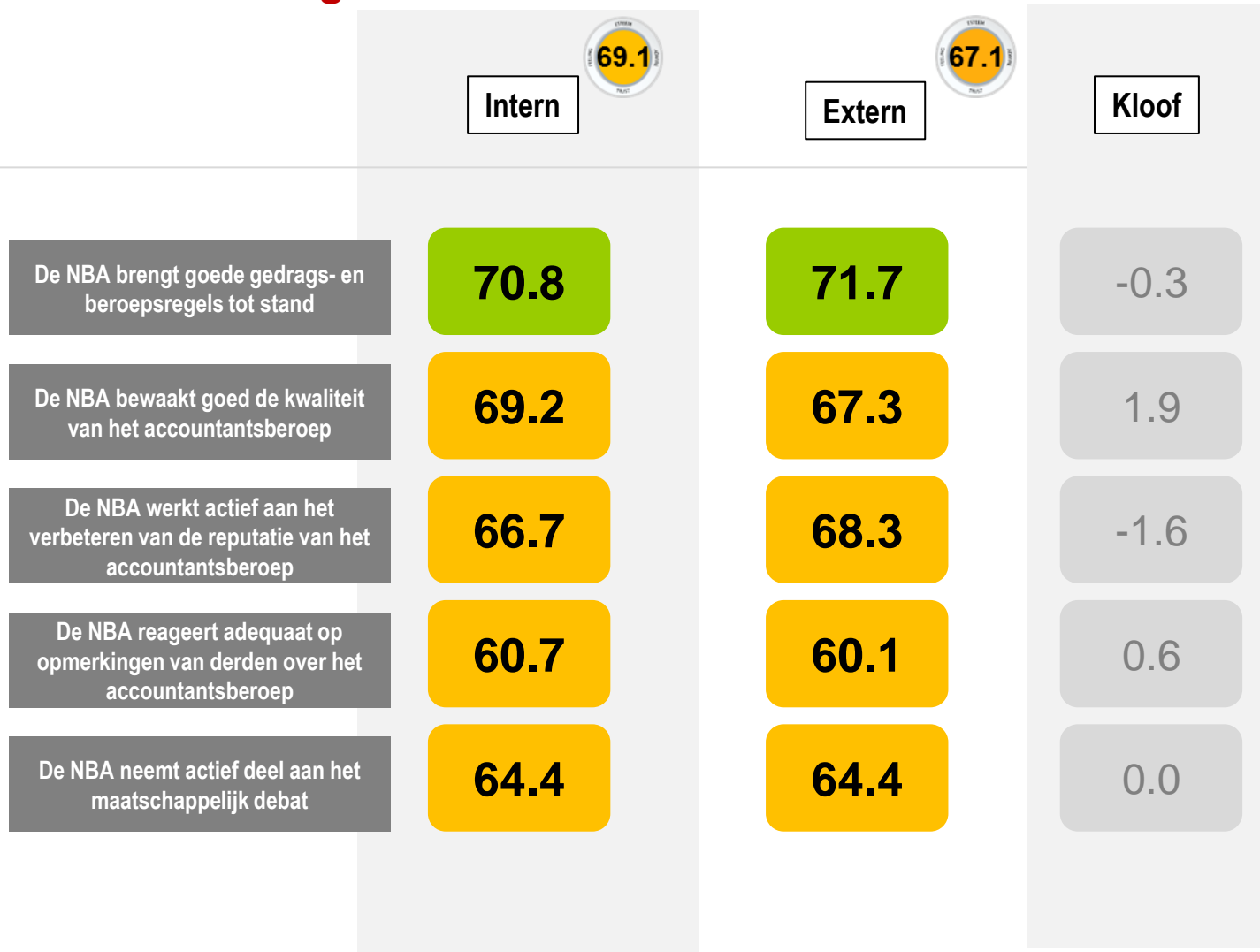
 Handhaven (>70)
 Ruimte voor verbetering (60-70)
 Direct actie ondernemen (<60)




*inclusief werknemers van organisaties

**interpreteren met voorzichtigheid gezien steekproefgrootte

Interne en externe stakeholders beoordelen de aanjagers van NBA's reputatie in gelijke mate. Zij zijn vooral zeer positief over de goede gedrags- en beroepsregels die NBA tot stand brengt.

- De reputatie-aanjagers zijn de dimensies die de overall reputatie (pulse) aanjagen.
- Interne en externe stakeholders hebben een vrijwel gelijke beoordeling voor de aanjagers van NBA's reputatie. Zij zijn beiden het meest positief over de totstandbrenging van goede gedrags- en beroepsregels door de NBA.
- Interne en externe stakeholders zijn relatief het minst positief over het adequaat optreden van NBA bij opmerkingen van derden over het accountantsberoep.
- Opvallend is dat de kloof tussen interne en externe stakeholders miniem is, terwijl de resultaten bij accountants een grote kloof laten zien tussen beide groepen.



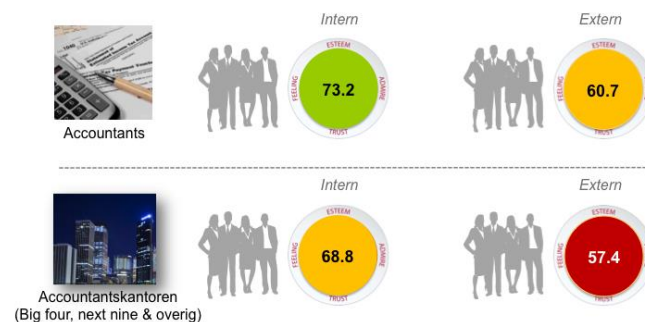
 Handhaven (>70)
 Ruimte voor verbetering (60-70)
 Direct actie ondernemen (<60)



Conclusies

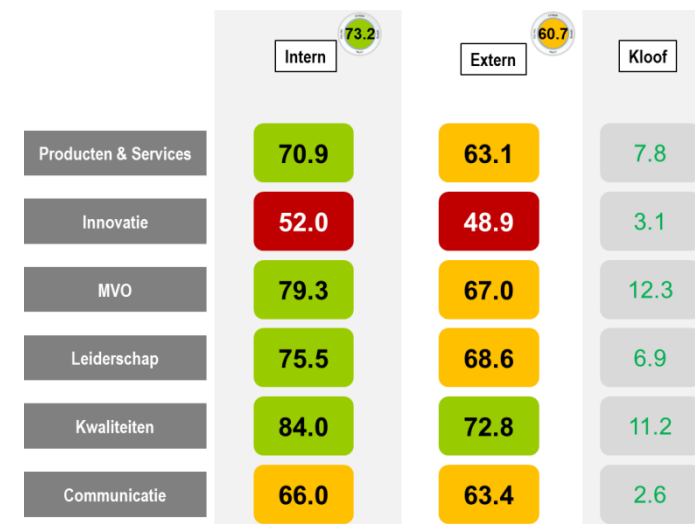
Conclusies: stakeholdergroepen

- Gemiddeld evalueren externe stakeholdergroepen de controlerend accountant met een magere 60.7. Accountantskantoren krijgen een lagere waardering met 57.4. De reputatie van de accountant is voor verbetering vatbaar.
- Stakeholders die het dichtst bij de accountant staan zijn het meest kritisch: vooral interne toezichthouders en autoriteiten.
- Positiever zijn groepen die verder afstaan van de controlerend accountant: gebruikers van informatie, brancheorganisaties en het algemeen publiek.
- Na studenten zijn de interne stakeholders het meest positief (medewerkers van de accountantskantoren): het verschil met externe stakeholder groepen is gemiddeld te noemen o.b.v. eerdere onderzoeken.



Conclusies: reputatie aanjagers

- De Kwaliteiten van controlerend accountants worden gemiddeld positief beoordeeld: met name *professionaliteit*, *integriteit*, *vakbekwaam* en *respecteren van vertrouwelijkheid*. Alleen Autoriteiten scoren qua *objectiviteit* en *onafhankelijkheid* onvoldoende.
- Innovatie scoort onvoldoende onder alle groepen; de impact op de reputatiescore is echter beperkt.
- Er zijn duidelijk ‘fans’ en ‘criticasters’. De substantiële groep criticasters zijn vooral negatief over de *prijs/kwaliteit verhouding*, het *voldoen aan klantbehoeften* en de *communicatie* van accountants. Met name onder Autoriteiten is de groep criticasters groot.
- Ondernemers en interne toezichthouders zijn ook kritisch over het *verstrekken van waardevolle informatie* en de *toegevoegde waarde* van de controle voor de organisatie.



Criticasters



Fans

Aanbevelingen

- Accountants dienen de kritiek serieus te nemen en te werken aan een betere relatie met de verschillende stakeholders.
- De criticasters verdienen daarbij extra aandacht, in het bijzonder op de punten waar de irritatie het grootst is: de prijs/kwaliteitverhouding, het voldoen aan klantbehoeften en de communicatie.
- De nadruk in het reputatiemanagement van de controlerend accountants professie moet vooral liggen op het beter uitleggen van de toegevoegde waarde van de rol van de controlerend accountant in de samenleving. Vanzelfsprekend onderbouwd met het leveren van prestaties die die rol ook legitimeert.





Appendix

Appendix 1. Respons

- De in totaal acht stakeholdergroepen zijn verdeeld over twee categorieën;
 1. Intern, welke de medewerkers van accountantskantoren beslaat,
 2. Extern, waar de studenten, gebruikers van informatie, brancheorganisaties, ondernemers, het algemeen publiek, interne toezichthouders en autoriteiten onder vallen.
- Voor studenten, gebruikers van informatie, medewerkers, ondernemers, het algemeen publiek en de interne toezichthouders dienden minimaal 150 respondenten per groep mee te doen aan het onderzoek om een betrouwbare uitspraak te kunnen doen. Voor gebruikers van informatie, medewerkers, ondernemers en het algemeen publiek zijn deze aantallen behaald, de resultaten zijn daarom betrouwbaar. Voor studenten en interne toezichthouders is dit aantal niet behaald, de resultaten van deze groepen dienen daarom met voorzichtigheid geïnterpreteerd te worden.
- Voor de stakeholdergroepen brancheorganisaties en autoriteiten dienden minimaal 30 respondenten mee te doen aan het onderzoek. De omvang van de steekproef is kleiner vanwege de kleinere populatie. Voor beide doelgroepen is het minimaal aantal respondenten behaald. De resultaten zijn daarom betrouwbaar.

	N	%
Intern		
Medewerkers accountantskantoren	336	23%
Extern		
Studenten**	55	4%
Gebruikers van informatie	165	11%
Brancheorganisaties	56	4%
Ondernemers*	533	37%
Algemeen publiek	165	11%
Interne toezichthouders**	83	6%
Autoriteiten	51	4%
Totaal	1444	100%

*inclusief werknemers van organisaties

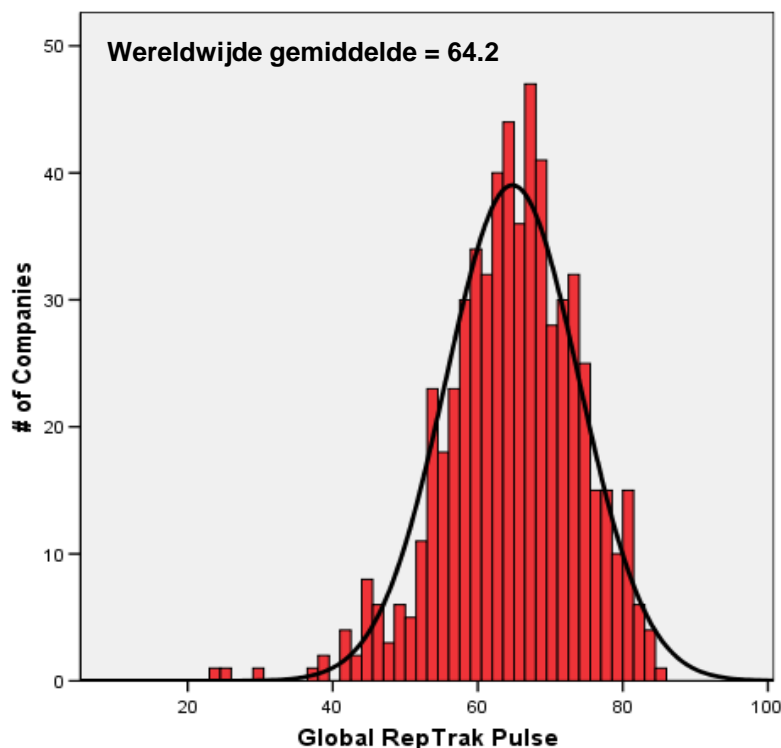
**interpreteren met voorzichtigheid gezien steekproefgrootte

Note stakeholdergroepen:

- Onder autoriteiten vallen o.a.de Algemene Rekenkamer, Belastingdienst, DNB en de verschillende ministeries.
- Onder brancheorganisaties vallen meer dan 30 verschillende organisaties, waaronder Pensioenfederatie, Verbond van Verzekeraars, KNB, VEB, etc.
- Studenten zijn studenten accountancy.

Appendix 2. Methodologische opmerkingen

- Wereldwijde verdeling van reputatiescoresresultaten

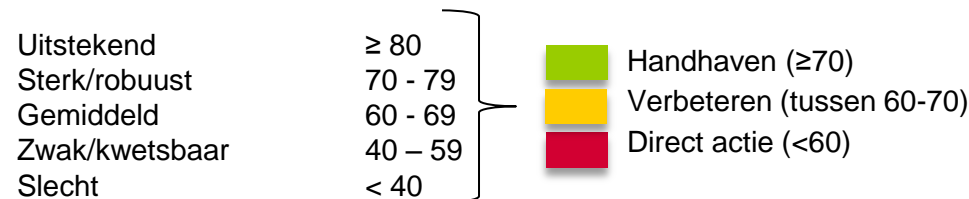


De wereldwijde verdeling van reputaties

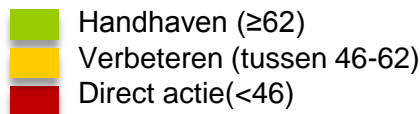
De reputaties van de grootste bedrijven in de wereld in 2012 liepen uiteen van 26.0 (Freddie Mac in USA) tot 89.6 (LEGO in Denemarken).

Het wereldwijde gemiddelde is 64.2 en de grootste concentratie bedrijven heeft een reputatiescore tussen 60.0 en 70.0.

Op basis van de wereldwijde verdeling hanteert het Corporate Communication Centre de volgende maatstaf om te bepalen wanneer een organisatie een goede, gemiddelde of beneden gemiddelde reputatie heeft.



Gebaseerd op eerdere studies onder het algemeen publiek in diverse landen, weten we dat de meeste scores voor steunend gedrag hetzelfde patroon volgen als de reputatiescores en dat derhalve dezelfde cut-off points als bij reputatie kunnen worden gebruikt. Echter, de bereidheid om te *investeren* in een bedrijf of om te *werken* voor een bedrijf scoren meestal een stuk lager. Gebaseerd op studies onder het algemeen publiek voor meer dan 600 bedrijven in 32 landen, hanteert RI de volgende cut-off points voor de intentie om te investeren en te werken:



Appendix 3. Methodologische opmerkingen - Statistische significantie van de resultaten

Wanneer zijn twee scores significant verschillend van elkaar?

In elke studie op basis van een steekproef van de bevolking zit een statistische fout bij alle metingen. De onderstaande tabel toont het verschil nodig tussen twee scores zodat er kan worden gezegd dat twee scores significant verschillend van elkaar zijn.

	Vershil in scores
Overall reputatie Accountants	>1.2
Overall reputatie Accountantskantoren / Overall reputatie NBA	>1.4
Dimensie scores	>1.3
Attribuut scores Accountants	>2.8
Steunend gedrag	>3.1

Betrouwbaarheidsintervallen

Individuele antwoorden op vragen in een enquête maken diverse statistische berekeningen mogelijk, met inbegrip van gemiddelden en standaarddeviaties. Hoe groter het aantal antwoorden dat wordt gebruikt bij de berekening van het gemiddelde, hoe meer vertrouwen er bestaat in de juistheid van de scores. Tevens, hoe kleiner de spreiding van de antwoorden op een specifieke vraag, hoe meer vertrouwen er bestaat in de juistheid van de scores.

Corporate Communication Centre houdt een betrouwbaarheidsinterval van 95% aan bij de gemiddelde scores in haar studies. Deze betrouwbaarheidsinterval geeft ons vertrouwen dat, als we herhaaldelijk dezelfde studie uitvoeren, 95 van de 100 keer de gemiddelde score uit een specifiek steekproef binnen een bepaald spreiding van de scores valt. Het beschrijft hoe statistisch verschillend deze gemiddelde score waarschijnlijk is van een score die we zouden verkrijgen van een andere steekproef.

Als de variatie in de antwoorden van respondenten klein is, is de betrouwbaarheid van de resultaten hoger.