



NBA-CAMPAGNE | 09 september 2019

Nederland rekt op zijn accountants

 Leestijd van ongeveer 5 minuten  4 reacties

De NBA lanceert een campagne om het imago van de accountant te verbeteren en de relevantie van het beroep voor de samenleving te verduidelijken. Het publiek belang staat daarom voorop.

De campagne start op 10 september 2019 met een hele pagina advertentie in het FD. Aansluitend worden radiospots uitgezonden op Radio 1 en BNR. Ook LinkedIn en Nu.nl worden ingezet. Alle uitingen sluiten af met de slogan *Nederland rekt op zijn accountants*.

Het kernproduct van de accountant is sinds de verschijning van het verbeterplan *In het publiek belang* in september 2014 duidelijk verbeterd, zo stelt de NBA. Naast het verbeteren van de 'techniek' van het vak hielden individuele accountantskantoren zichzelf kritisch tegen het licht, ook als het gaat om complexe trajecten als cultuur en gedrag. Alles met als doel een goed functionerend accountantsberoep, dat maatschappelijk relevant is en een onmisbare bijdrage levert aan het publiek belang.



Publiek belang

Na een aantal jaren van verandering is het tijd om die boodschap steviger te gaan vertellen aan de buitenwacht, aldus algemeen directeur Harm Mannak van de NBA. "Accountants staan samen borg voor het publiek belang, dat geldt voor iedere accountant. Ook voor accountants in business. Eén van de doelen van de campagne is om dat besef bij de leden zelf te laten groeien."

In het najaar komen zowel de Monitoring Commissie Accountancy (MCA) als de door minister Hoekstra ingestelde Commissie Toekomst Accountancysector (CTA) met adviezen over de inrichting van het accountantsberoep. De NBA koos er bewust voor daar niet op te wachten met de start van een reputatiecampagne. "Er is voldoende bewijs om nu al naar buiten te gaan als sector", meent Mannak. "Het is goed om deze claim van onze maatschappelijke relevantie neer te leggen, want die kunnen we gewoon waarmaken."

POLL

Ik verdiep mij op Prinsjesdag direct in alle berichtgeving over de inhoud van de Miljoenennota

LAATSTE ARTIKELEN

BELASTINGLATENTIES
| 12 september 2019

Passieve en actieve latenties: Correcte verwerking vraagt om scherpzinnige accountant

NBA-CAMPAGNE | 09 september 2019

Nederland rekt op zijn accountants

COLUMN PENSIOENEN
| 05 september 2019

Deliveroo levert ook jurisprudentie

ONTWIKKELING | 02 september 2019

Geloof in het vak

COLUMN PENSIOENEN
| 29 augustus 2019

Is het koek en pannenkoek of gebakken deeg en gebakken beslag?

[MEER ARTIKELEN](#)

Vacatures

Zoek vacatures 

Powered by

Finance.nl
De vacaturesite voor financiers 



Xanthic Executive Search zoekt een **Investment Controller** in Amsterdam 

Onderzoek

Vooraf deed onderzoeksbureau Motivaction, in opdracht van de NBA, onderzoek naar de reputatie van het accountantsberoep; zowel bij het Nederlands publiek als bij zakelijk betrokkenen en accountants zelf. Bij het publiek is het beeld van de accountant mager ingekleurd. Bij stakeholders (ook accountants zelf) overheerst een eenzijdig beeld van de accountant als gedegen cijfermatige professional. De maatschappelijke rol van de accountant en de meerwaarde als gesprekspartner blijven grotendeels onzichtbaar.



Op basis van die informatie ontwikkelde de NBA een campagne, in nauwe samenwerking met communicatiebureau Winkelman en Van Hessen. De opzet van de campagne zet de lezer bewust op het verkeerde been, zegt art director Joris van Elk. Samen met copywriter Sikko Gerkema maakte hij voor Winkelman en Van Hessen de uiteindelijke voorstellen voor de NBA-campagne. "Idee is steeds dat de vaak onzichtbare taak van de accountant zichtbare gevolgen heeft voor de maatschappij. In de uitingen zie je niet meteen betrokkenheid tussen het onderwerp en het afgebeelde personage." Volgens Van Elk moet er juist "enige schuring" ontstaan. "Je ziet een huisarts die er belang bij heeft dat jaarcijfers kritisch worden bekeken. 'Hoezo', denkt de lezer hierbij. En dat is precies wat we willen bewerkstelligen: dat mensen verder lezen."

Het creatieve team kreeg van de NBA veel ruimte om het idee uit te werken. "Zo konden we karakteristieke mensen portretteren. En dat in combinatie met een bondige, verrassende boodschap; zeker voor een belangenorganisatie als de NBA."

Nieuwe terreinen

In de campagne wordt ook ingespeeld op nieuwe terreinen waar de accountant in de toekomst meerwaarde kan bieden, zoals rondom CO₂-uitstoot. "Het publiek belang is er mee gediend als de accountant uitspraken doet over thema's als duurzaamheid", zegt NBA-directeur Mannak. Ook thema's als cybercrime, witwassen en fraude komen in de campagne aan de orde. Bovendien komen er aparte uitingen gericht op het mkb, waarin de adviesrol van de accountant wordt uitvergroet. "De ondernemer moet zich realiseren dat hij niet beter kan krijgen dan een accountant, ook als het gaat om de relatie met de Belastingdienst en de bank."



European
Investment Bank
zoekt een **Financial
Risk
Management -
(Senior) Officer** in
Luxembourg



The Young Group
zoekt een
**Financieel
Directeur** in Den
Haag



Xanthic Executive
Search zoekt een
**'Manager Finance
& Control** in
Leiden



PwC zoekt een
**Manager Finance
& Control** in
Publieke Sector in
Amsterdam



De NBA wil aan de mkb-boodschap verder invulling geven in samenwerking met MKB Nederland, waarmee de banden nader worden aangehaald. "Zo kunnen we aansluiten bij thema's die daar spelen", aldus Mannak. Volgens hem is de campagne robuust genoeg om mogelijk nieuwe incidenten in de toekomst te weerstaan. "Incidenten zullen er altijd zijn, ik heb niet de illusie dat we het laatste boekhoudschandaal hebben gehad. Maar dat doet niets af aan de publieke taak van de accountant, die borg staat voor een aantal *checks and balances* in het economisch verkeer. De relevantie van die publieke taak wordt via de campagne zichtbaar gemaakt voor de samenleving."

Trots

De campagne wordt vanaf september in een aantal *flights* uitgerold en moet ook in 2020 regelmatig zichtbaar worden. Volgens Mannak is de opzet geslaagd als een groter deel van de doelgroep het publiek belang van de rol van de accountant erkent.

Maar ook de trots op het vak moet groeien. "Uit het reputatie-onderzoek van Motivaction bleek dat een flink deel van de accountants nu niet trots is op het eigen beroep. Als leden trots zijn op hun vak en dat uitdragen, neemt de aantrekkingskracht van het beroep toe. Dat helpt bij de instroom."

Meer informatie over de campagne is te vinden via nba.nl/rekentop.

Waar is de campagne te zien of te horen?

9-20 september	Radiospotjes: Radio 1 en BNR
10 september	Advertentie FD
17-23 september	Advertenties op LinkedIn
17-23 september	Advertorial content op Nu.nl
1 oktober	Advertentie FD
1-13 oktober	Radiospotjes: Radio 1 en BNR
8-22 oktober	Advertenties op LinkedIn
8-22 oktober	Advertorial content op Nu.nl
29 oktober	Advertentie FD
29 oktober-5 november	Advertenties op LinkedIn
29 oktober-5 november	Advertorial content op Nu.nl
5-17 november	Radiospotjes: Radio 1 en BNR

Reacties 

Deel dit artikel



Marc Schweppe

Marc Schweppe is hoofdredacteur Accountant en Accountant.nl.



[Lees alles van Marc Schweppe](#)

GERELATEERD



NIEUWS | 09 september 2019

NBA start campagne voor accountantsberoep

Met een paginagrote advertentie in het FD van 10 september start de NBA een campagne voor het accountantsberoep. Doel is om het imago van de accountant te verbeteren en de relevantie van het

Aanmelden nieuwsbrief

Ontvang elke werkdag (maandag t/m vrijdag) de laatste nieuwsberichten, opinies en artikelen in uw mailbox.

Bent u NBA-lid? Dan kunt u zich ook aanmelden via uw [ledenprofiel](#) op [MijnNBA.nl](#).

Accountant is een uitgave van de Koninklijke Nederlandse Beroepsorganisatie van Accountants (NBA).

NBA

ACCOUNTANT.NL

- Home
- Nieuws
- Opinie
- Carrière
- Feiten en cijfers
- Artikelen

THEMA'S

Aansprakelijkheid	Accountantsdag	Arbeidsmarkt
Arbeidsrecht	Assurance	Beroep met toekomst
Corporate governance	Dag van de Financial	Derivaten
Externe verslaggeving	Financiële instellingen	Financiering
Fiscaal	Flex-bv	Fraude en witwassen
Fraude in praktijk	ICT	Integrated reporting
Kantoormanagement	Kwaliteit en toezicht	Lerend vermogen
Mkb	Ondernemingsrecht	Onderzoek en wetenschap
Opleiding	Overheid	Pensioen
Privacy	Professioneel-kritische instelling	Publiek belang
Samenstellen	SBR	Semi-publieke sector
Statistical auditing	Subsidies	Van de Helpdesk