

## Lessen van Philips voor ons verdienmodel

**'Philips ziet een veel grotere afzetmarkt voor health tech dan eerder ingeschat', kopte Het Financieele Dagblad onlangs. Het concern schat de totale omzetspotentie van de zorg wereldwijd op 140 miljard euro en wil het bestaande marktaandeel van tien procent verder uitbreiden.**

De nieuwe strategie die vriend en vijand enkele jaren geleden nog volledig verraste, begint steeds meer vruchten af te werpen. Van de consumentenmarkt werd afscheid genomen en zelfs de lichtdivisie staat in de etalage. Het Philips van de toekomst draagt nauwelijks nog sporen van het glorieuze verleden.

Het verhaal van Philips zou voor iedereen die als adviseur en dienstverlener betrokken is bij (strategische) keuzes die bedrijven maken, voor voor reflectie moeten bieden. Toch zie we dat bij onze beroepsgroep nog nauwelijks gebeuren. En dat terwijl er toch alle redenen zijn om ook zelf na te denken over een radicale heroverweging van oude, bestaande en nieuwe verdienmodellen. De omzet vertoont al zes jaar op rij een dalende lijn, meldde ING deze zomer. Ook ABN Amro somberde over de sector. Het gouden ei zit wat beide banken betreft in de adviespraktijk, maar zij zien weinig initiatief in de sector om dit echt van de grond te krijgen.

Soms is het fascinerend, maar meestal vooral frustrerend: waarom slagen we er als accountants toch niet in om te gaan voor wat we echt willen en wankelende zekerheden uit het verleden los te laten waarvan we diep in ons hart weten dat ze toch geen duurzame toekomst bieden? Waarom blijven we meedoen aan de *race to the bottom* met administratiekantoren en andere dienstverleners die altijd de prijsslag zullen winnen voor dienstverlening die klanten als verplicht huiswerk beschouwen? Waarom stappen we in op prijzen waarvan we donders goed weten dat die nooit de kwaliteit kunnen opleveren die we zelf willen bieden (én volgens wet- en regelgeving vereist is, met alle risico's van dien)?

Waarom zijn we zo 'omzetgeil' dat we zelfs niet aarzelen om margemagere budgetlabels in de markt te zetten die hooggekwalificeerde medewerkers dwingen om zich uit het beroepsregister te laten schrijven zodat ze geen dure cursussen meer hoeven te volgen?

Het zou een illusie zijn dat we als mkb-accountants enkel kunnen overleven door onze samenstellingspraktijk overboord te zetten, financiële administraties aan anderen over te laten en alleen nog de telefoon op te nemen voor duurbetaalde bedrijfskundige adviezen. Ook de grote kantoren proberen al jaren terrein te veroveren in het 'C-level' strategische advieswerk - het domein van de McKinsey's en de BCG's - maar worden toch vooral ingeschakeld voor hun operationele competenties die dicht bij hun *core business* liggen: verstand van cijfers en processen.

Voor mkb-accountants is er nog veel terrein te winnen als *trusted advisor*, maar dat zal altijd in het verlengde (moeten) liggen van onze natuurlijke functie als financieel dienstverlener. We zullen een optimale balans moeten zoeken door te draaien aan de knoppen omzet, uren, kostprijs en marge. Maar met behoud van onze eigen en unieke profiel in de markt.

Het is logisch en terecht dat op fora zoals accountant.nl veel aandacht uitgaat naar de politieke discussie over ons beroep, teleurgestelde maatschappelijke verwachtingen en tekortkomingen van accountants bij beursgenoteerde ondernemingen en publieke instellingen. Maar waar wij echt wakker van liggen, is ons collectieve onvermogen om de erosie van onderop te keren.

De discussie over de kwaliteit van het accountantsberoep verschilt uiteindelijk nauwelijks van de vraag hoe we in de toekomst een blijvende boterham kunnen verdienen. Een duurzaam in plaats van kortzichtig verdienmodel voor het accountantsberoep vraagt om echte keuzes, vaktechnisch maar ook strategisch en commercieel. Eigenlijk zouden we ons de komende maanden maar met één vraag bezig moeten houden: wie heeft de moed om een Philips te worden?

### Deel dit artikel

f in  

**Marco Moling en Guus Ham zijn respectievelijk voorzitter en directeur van de Nederlandse vereniging van accountants en accountantskantoren (Novak), de belangenvereniging voor mkb-accountants.**

## GERELATEERD



Arnout van  
Kempen

DISCUSSIE | Column | 09 april 2021

### **Audit quality en innovatie**

Innovatie van de wettelijke controle is onmogelijk bij de bestaande regulering, meent Arnout van Kempen. →



NIEUWS | 09 maart 2021

### **KPMG en VU Amsterdam onderzoeken gebruik van AI-technologie in audit**

KPMG en VU Amsterdam starten een gezamenlijk project dat het gebruik van kunstmatige intelligentie in het controleproces naar een hoger plan moet tillen. →



Pieter de Kok

DISCUSSIE | Column | 05 maart 2021

### **Zandzakken of zandbakken**

Zandbaksessies, waarin kantoren met innovatie aan de slag gaan, lijken Pieter de Kok een veel beter traject voor het beroep dan zandzakken voor de deur. →



DISCUSSIE | Opinie | 29 december 2020

### **Alleen een crisis zet de accountant aan tot vernieuwing**

Een crisis maakt het makkelijker om veranderingen door te voeren, zo bleek maar weer in het afgelopen jaar. →



DISCUSSIE | Opinie | 04 september 2020

### **Accountant, don't waste your time**

We bevinden ons duidelijk in crisistijd. Klanten zijn bereid te zoeken naar goedkopere alternatieven dan een accountantskantoor. Maar als ik met accountants en assistenten... →