

Uurtje: acceptabel factuurtje?

Het trainen van je rechte rugspier is onmisbaar voor iedere accountant. Wanneer het aankomt op een onafhankelijk oordeel over vaktechnische zaken lukt ons dat meestal wel. Maar bij het opstellen van een offerte hebben we soms meer moeite om niet royaal mee te buigen met de klant.

Een recente bijdrage van Fouk Tsang, bestuursvoorzitter van Alfa, zal voor veel collega's herkenbaar zijn. Je stelt een redelijke prijs voor die marktconform is. En toch gaat iemand anders er met de klus vandoor, tegen een prijs waarvan je zeker weet dat die niet of nauwelijks kostendekkend kan zijn. Concessies aan de kwaliteit lijken dan onvermijdelijk. Met alle mogelijke risico's voor de sector als geheel, wanneer de dienstverlening inderdaad onder de maat blijkt. Moeten we dat soort prijsstunters niet aanspreken op hun roekeloze gedrag?

Accountants opereren in een vrije marktomgeving. Concurrentie op prijs is daardoor onvermijdelijk. Voor iedere opdracht heeft de accountant die als zelfstandig ondernemer functioneert maar twee knoppen waar hij aan kan draaien: genoeg nemen met een lager uurtarief dan de concurrent, of werkprocessen slimmer inregelen waardoor hetzelfde werk tegen dezelfde kwaliteit in minder uren gedaan kan worden.

Het staat iedereen vrij om daarin eigen keuzes te maken. De tijd dat branche- en beroepsorganisaties richtlijnen voor tarieven uitbrachten, zodat er sprake was van enige harmonisatie, ligt achter ons. Keurige afspraken vonden we toen, maar anno nu worden ze als kwalijke kartelafspraken afgedaan en is marktwerking het toverwoord.

Het probleem voor veel mkb-accountants is dat de dienstverlening die zij bieden vanuit het oogpunt van de klant ook door andere en goedkopere aanbieders geleverd kan worden. Zo lang de klant niet overtuigd is van de kwalitatieve meerwaarde van het aanbod van de accountant, ligt de overstap naar een beter betaalbaar alternatief al snel voor de hand.

Sommige accountants leggen zich neer bij het breed levende spookbeeld dat het werk ook door een niet-accountant kan worden geleverd, zonder dat de klant dat ervaart als onmisbaar verlies aan kwaliteit. Dus dan ga je dus iets boven de prijs van een administratiekantoor zitten, maar ver onder de prijs van andere accountants. Omdat het je gewoon niet lukt om de klant te overtuigen dat je beter werk levert dan een administratiekantoor, waar een hogere prijs tegenover staat.

Tot zover is dit geen ander probleem dan banketbakkers, maatpak-ateliers en merkgarages hebben. Het enige verschil is dat het maatschappelijk verkeer in het algemeen en toezichthouders in het bijzonder kwaliteitseisen stellen die op gespannen voet staan met de prijsdruk die veel accountants ervaren.

Recent stelde de Raad van Toezicht van de NBA vast dat de kwaliteit van veel mkb-kantoren nog fors te kort schiet. Dat kan te maken hebben met onvoldoende vaktechnische kwaliteit. Maar ook met het simpele feit dat de uren en kennis die nodig zijn voor een echt deugdelijke aanpak en de benodigde investeringen om de kwaliteit op orde te hebben, niet matchen met wat de markt ervoor wil betalen.

Dan zijn er maar drie alternatieven. Of we accepteren dat mkb-accountants met minder genoeg nemen en zich, ondanks hun hogere opleiding, betere condities en duurdere investeringen, conformeren aan de prijs die lager gekwalificeerde aanbieders voor hetzelfde product in rekening brengen. Of zij moeten toezichthouders overtuigen dat de kwaliteitseisen die zij stellen gewoonweg niet haalbaar zijn, binnen een marktomgeving waarin goedkopere aanbieders die niet gebonden zijn aan beroepsregels min of meer hetzelfde product leveren. Of zij moeten een beter verhaal hebben over de toegevoegde waarde van hun dienstverlening. Niet alleen richting klanten, maar ook bij gebruikers van financiële informatie, zoals banken en de Belastingdienst. Met als gehoopte gevolg dat het inzetten van een mkb-accountant minder vrijblijvend wordt dan het nu is.

Het spreekt voor zich dat Novak inzet op het laatste. Dat kan niet zonder steun van de beroepsorganisatie. Het generieke beleid van nu om de belangen van de brede beroepsgroep te ondersteunen, is niet toereikend. Om als mkb-accountants te overleven, hebben we maatwerk nodig.

Het is ook in het belang van de sector als geheel dat mkb-accountants hun rug recht houden en hun dienstverlening niet in de uitverkoop doen. Een pittig gesprek met een individuele accountant die ver onder de prijs gaat zitten, zoals Fouk voorstelt, is onvoldoende.

We zullen moeten inzetten op het messcherp profileren van de mkb-accountant in haar of zijn specifieke marktsituatie. Dat kan alleen door overtuigend aan te tonen dat mkb-accountants (meer) kwaliteit voor een begrijpelijke prijs leveren.

Wanneer de ondernemer niet ziet dat je bij een mkb-accountant een beter product met een andere prijsstelling krijgt, dan moeten we dat allereerst aan onszelf wijten. Als we dat zelf niet meer geloven en niet meer aan anderen duidelijk kunnen maken, kunnen we de tent beter sluiten. Op prijs concurreren met een administratiekantoor is een witte vlag hijsen omdat we het zelf ook niet meer weten.

De NBA, belangenbehartigers voor mkb-accountants zoals Novak en de individuele mkb-accountant moeten de handen ineen slaan voor een veel betere profilering dan tot nu toe het geval is. Novak heeft de handschoen opgepakt. Wie doet mee?

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.