



DE SCHEERSTOEL

VAN DE MEDIA

Indirect hebben kritische berichten en opinies over accountancy in de media veel invloed. Toch onderhouden accountantskantoren niet altijd warme banden met de media. Zij beroepen zich regelmatig op hun geheimhoudingsplicht en communiceren bij voorkeur met de media voor marketingdoeleinden. Dat kan op korte termijn werken. Maar op den duur is het niet effectief om stil te zitten als je wordt geschoren.

De website *Follow the Money* (FTM) kwam vorig jaar met een serie berichten over Henry Keizer en zijn rol als bestuurder van een beheersmaatschappij van crematievereniging De Facultatieve. De vereniging verkocht haar aandelen aan een nieuwe bv, waarvan Keizer grootaandeelhouder was. De bv kocht de aandelen volgens FTM ver onder de reële waarde, wat volgens FTM te denken geeft over de rol van de accountant van EY, die de jaarrekeningen van alle betrokken partijen goedkeurde. De accountant is voornamelijk met de schrik vrij gekomen. Keizer moest zijn kandidatuur voor het VVD-voorzitterschap intrekken. Twee journalisten van *Follow the Money* werden door de onthullingen gekroond tot Journalist van het jaar.

FTM gaf ook analist Roel Gooskens ruim baan voor kritische stukken over de jaarrekeningen 2013 en 2014 van beursfonds Value8. De kritiek sijpelde door naar andere media. Bij de jaarrekening 2015 hield de accountant van Mazars zijn rug recht door zich te onthouden van een oordeel. Value8 is inmiddels overgestapt naar AcconAVM. *De Volkskrant* bracht aan het licht hoe de toenmalige bestuursvoorzitter (een registeraccountant) en een fiscalist van Baker Tilly Berk (BTB) een constructie adviseerden waarmee BTB-cliënt Spits Wallcoverings belasting ontdukte. De bestuursvoorzitter en de fiscalist traden terug. De tuchtrechter oordeelt in de loop van 2018 over de accountant. →

**ALS HOEDERS VAN DE
FINANCIËLE TRANSPARANTIE
VAN HUN KLANTEN ZIJN
ACCOUNTANTS HET AAN
HUN STAND VERPLICHT
ZELF OPEN TE ZIJN.**



HORZEL

Internationale consortia van journalisten hebben met LuxLeaks, SwissLeaks, Panama Papers en Paradise Papers veel inzicht gegeven in offshore ontwikkelings- en ontduikingsconstructies, in de praktijken van de trust-sector en in de rulings van de Belastingdienst met buitenlandse multinationals. Door de onthullingen is de publieke opinie strenger gaan oordelen over belastingontwijking. Het gevolg voor accountantskantoren is vooral dat zij minder agressief moeten adviseren, als zij hun klanten willen behoeden voor reputatieschade en gedonder met de fiscus.

Marcel Pheijffer legt als columnist van *Het Financieel Dagblad* en blogger op Accountant.nl de vinger al jaren op steken die accountants laten vallen. Onlangs werden ook zijn jongste honderd columns/blogs gebundeld. In het voorwoord bij de derde bundel (2013) schreef AFM-bestuurder Gerben Everts onder meer dat Pheijffer als *gadfly* (horzel) bijdraagt aan het in goede banen leiden van het publieke debat. Volgens communicatieadviseur Jan Willem Wits wordt Pheijffer vooral serieus genomen door jongere accountants. "Als je het oudere partners individueel vraagt, geven ze hem nog wel gelijk, maar collectief proberen ze zijn verhaal weg te lachen."

'ENORME INVLOED'

De reputatie van accountants lijdt onder negatieve berichten, zo bleek uit onderzoek dat hoogleraar corporate communicatie Cees van Riel in opdracht van de NBA deed in 2013 en in 2016. Aanleiding voor de eerste editie van dat onderzoek was een reeks negatieve berichten over accountants. Die berichten gingen met name over de kritiek van de AFM en de VEB op ondermaatse kwaliteit, over claims wegens niet-ontdekte fraude, over andere misstanden bij bedrijven en hun accountants, over boetes en over tuchtmaatregelen.

De reputatie van de beroepsgroep als collectief was slechter dan die van de individuele accountant, maar niet slechter dan die van andere zakelijke dienstverleners, aldus Van Riel. Net als advocaten en notarissen scoorde de accountant een zesje. Is de macht van de media dus betrekkelijk? "De media hebben een vrij directe invloed," zegt Jan Driessen, op de dag dat Halbe Zijlstra atreed na een artikel in *De Volksrant*. Driessen, voormalig directeur communicatie bij Aegon en nu onder meer zelfstandig communicatieadviseur van de Monitoring Commissie Accountancy, wijst ook op de FTM-onthullingen over Henry Keizer.



Volgens NBA-directeur Berry Wammes hebben de media in het algemeen een “enorme” invloed. “Zij vergroten dingen uit die vaak latent al bij het grote publiek leven. Maar de invloed werkt uiteindelijk altijd via de politiek.” Ook Marcel Pheijffer dicht hij een grote indirecte invloed toe. Bijvoorbeeld omdat FTM, *De Financiële Telegraaf* en *Het Financieele Dagblad* artikelen bij hem verifiëren alvorens tot publicatie over te gaan. Zelf doet Pheijffer geen uitspraak over zijn invloed. “Dat oordeel laat ik aan anderen over.” Pheijffer weet wel dat PvdA-Kamerlid Henk Nijboer zijn columns leest en dat hij met zijn columns en blogs thema’s kan agenderen, de toonzetting van het publieke debat kan beïnvloeden en kwesties kan *framen*. Maar als lid van de Monitoring Commissie Accountancy, die nagaat in hoeverre de 53 maatregelen uit het verbeterplan *In het publiek belang* worden doorgevoerd, denkt Pheijffer meer invloed te hebben dan met “blog 501”.

ZANDZAKKEN

In 2014 zei commissaris en advocaat Peter Wakkie op de Accountantsdag dat er eigenlijk niets mis is met het controlewerk van accountants. Een jaar later adviseerde hij bedrijven waar fraude of corruptie is ontdekt in *NRC Handelsblad* onder meer om hooguit met feitelijke en “nietszeggende verklaringen” naar buiten te treden en vooral geen schuld te bekennen.

Dat advies kan bij de communicatieadviseurs op weinig weerklank rekenen. “De meeste kantoren gebruiken de media voor marketingdoeleinden en reageren zuur als er een lastige vraag komt”, zegt Wits, die in het verleden voorlichter was bij EY en KPMG. Daar adviseerde hij de raad van bestuur in gesprek te blijven met de pers. Als hoeders van de financiële transparantie van hun klanten zijn accountants het aan hun stand verplicht zelf open te zijn. Als de band met de journalist goed is, kun je bij affaires soms verkeerde informatie uit de krant houden.

Jan Driessen pleit voor meer openheid om het vertrouwen te herstellen. “Burgers hebben weinig vertrouwen in Nederlandse instituties en accountants zijn daar een onderdeel van. Die instellingen moeten daarom eerlijk en open communiceren en vanwege de aard van hun beroep moeten accountants extra open zijn en de lat hoger leggen. Ook kantoren moeten de dialoog aangaan, in plaats van de ramen te sluiten en zandzakken voor de deur te leggen. Alle instellingen hebben hier moeite mee. Maar in deze tijd vol emoties en ongenueanceerde informatie is het belangrijker om de feitelikheden en juiste verwachtingen over het voetlicht te brengen. De sector moet naar de stakeholders toe en er mee praten.” Of accountants dat voldoende doen, wil Driessen als adviseur van de Monitoringcommissie nu niet specifiek beantwoorden.



DOOR DE ONTHULLINGEN IS DE PUBLIEKE OPINIE STRENGER GAAN OORDELEN OVER BELASTINGONTWIJKING.

COLLECTIEF

Ook Marcel Pheijffer raadt kantoren aan open te zijn: “De media blijven spitten als je niet transparant bent. Zeg hoe het zit en hoe je verder gaat. En verschuil je niet achter de geheimhoudingsplicht.” NBA-directeur Wammes vindt de geheimhoudingsplicht ook geen excuus om helemaal niets te zeggen, net als aansprakelijkheidsrisico’s. “Je moet als accountant of kantoor niet stilzitten als je wordt geschoren. Natuurlijk moet je dan niet wild gaan bewegen en verzitten kan heel pijnlijk zijn. Maar doe onderzoek, zorg dat je de feiten kent en vertel hoe je erin zit.”

Als collectief kun je volgens Wammes veel transparanter zijn. Zo wil de NBA de interne fraudemeldingen van oob-kantoren inventariseren en daarmee inzichtelijk maken hoe die zich ontwikkelen.

Henk Nijboer, woordvoerder Financiën van de PvdA in de Tweede Kamer, vindt transparantie alleen niet voldoende. “De media berichten doorgaans over relevante zaken die binnen de accountancy spelen. Meer dan tien jaar na Enron werken accountants nog steeds mee aan ernstige fraudes en malversaties of leveren onvoldoende kwaliteit”, stelt hij. “Communicatie helpt helemaal niets als de oorzaak van de problemen niet wordt weggenomen.” ←