

MVO IN HET MKB

Kleine groeiemarkt voor accountants

Maatschappelijk verantwoord ondernemen (mvo) is ook in het midden- en kleinbedrijf (mkb) in opkomst. En accountants kunnen daarin een rol spelen. Een bescheiden rol.

TEKST NART WIELAARD | BEELD CORBIS

Als de Accountantsdag 2010 een goede weer- spiegeling was van de totale accountants- markt in Nederland, dan is het glashelder dat maatschappelijk verantwoord onder- nemen (mvo) de harten van accountants bepaald nog niet massaal heeft gestolen. Tijdens de deelsessie ‘Mvo - de accountant en duurzaamheid in het mkb’ was de zaal weliswaar goed gevuld, maar op de vraag wie daadwerkelijk actief bezig was met mvo kon maar een enkeling bevestigend antwoorden. Het is dan ook een lastig thema. “Duurzaamheid *kun* je eigenlijk niet serieus nemen”, zo schetst de hoofdper- soon in de roman Solar van Ian McEwan het dilemma heel treffend. “Want het is zo belangrijk dat het je hele leven opslokt als je het serieus neemt.” Het lijkt nau- welijks twijfel dat we op een andere manier met deze planeet moeten omgaan om er ook over honderd jaar nog met minstens evenveel welvaart te kunnen leven. Maar voor de gemiddelde mkb-ondernemer staat die verantwoordelijkheid voor de planeet wel wat ver weg van de dagelijkse praktijk. En bij gebrek aan inspiratie voor een meeslepende mvo-strategie heeft het ook een zekere lulligheid om dan maar in te zetten op voor de hand liggende zaken als verantwoorde koffiebekertjes en betere scheiding van afval. Kortom: veel mkb- ondernemers worstelen met het thema.

TOELEVERING

Tegelijkertijd ontstaat er ook steeds vaker een gezonde financiële prikkel voor mvo, en dat kon wel eens voor een doorbraak zorgen in het mkb. Het duidelijkste

‘DE RIJKSOVERHEID KOCHT AL IN 2010 VOOR HONDERD PROCENT DUURZAAM IN.’

voorbeeld is dat de rijksoverheid al in 2010 voor hon- derd procent duurzaam inkocht. Lokale overheden volgen in 2011 dat voorbeeld. Mkb-bedrijven die op een overheidsopdracht inschrijven en niet kunnen laten zien dat ze aandacht hebben voor duurzaamheid vallen dan simpelweg buiten de boot.

Een dergelijk markteffect speelt ook steeds vaker bij toelevering aan grote multinationals. Paul Polman wierp zich onlangs als topman van Unilever op met ongekend ambitieuze duurzaamheidsdoelstellingen die alleen kunnen worden waargemaakt als de toeleve- ringsketen - waaronder mkb-bedrijven - ook meedoet. En spoorbouwer Prorail ontwikkelde voor dit doel enke- le jaren geleden al de CO₂-prestatieladder. Hoe hoger leveranciers scoren bij hun duurzaamheidsprestaties, hoe hoger het financiële voordeel dat bij gunning van opdrachten wordt verleend. In de bouwsector - waar Prorail jaarlijks voor miljarden aan opdrachten uitzet - heeft deze prikkel een kleine revolutie in het duur- zaamheidsdenken op gang gebracht, en sijpelt het door naar de kleinere bouwbedrijven die bij de grote bouwers met nieuwe eisen worden geconfronteerd.

PORTEMONNEE

Een ondernemer hoeft dus geen idealist te zijn om mvo-beleid te ontwikkelen: er zit ook een gezonde business case achter. René Scholten van accountants- kantoor Ten Kate & Huizinga zit er ook op die nuchtere manier in: “Bij voorkeur komt mvo van binnenuit, vanuit de wil om de maatschappelijke verantwoorde- lijkheid te nemen. Maar ondernemers zijn vooral gevoelig voor de portemonnee.”

De markt doet zijn werk en Scholten ziet voor accoun- tants in het mkb dan ook voorzichtig een nieuwe dienstverlening gloren. Zijn kantoor sloot zich onlangs als vierde kantoor aan bij ‘Mkb duurzaam’, het label waar Zwart Mul Accountants in 2008 mee startte als

'KENNIS OP DIT GEBIED WORDT STEEDS BELANGRIJKER OM JE ROL ALS ADVISEUR GOED TE VERVULLEN.'

duurzaamheidsadvies voor het mkb. Het label werkt volgens de wereldwijd erkende standaard op duurzaamheidsgebied Global Reporting Initiative (GRI) en vertaalt deze naar de dagelijkse praktijk van de ondernemers in het mkb.

Scholten: "Voor een paar duizend euro heeft een mkb-onderneming dan een scan van de mvo-prestaties. Dat levert nuttige informatie op voor de ondernemer en is ook bruikbaar om richting opdrachtgevers in een aanbesteding te bewijzen wat je eraan doet." Scholten verwacht geen grote markt voor deze diensten. "We wijzen klanten er actief op, maar het zal geen storm lopen."

'TRUSTED ADVISOR'

Het commentaar van Scholten duidt misschien op weinig ambitie, toch is hij feitelijk nog een van de witte raven onder accountants. Want het blijft op dit gebied tamelijk stil in de markt. Assurance en duurzaamheidsadvies aan grote bedrijven is al wel een tamelijk volwassen markt voor accountants, maar de rol van de accountant in het mkb staat op dit gebied nog in de kinderschoenen.

Mazars-bestuurder Paul Steman lichtte tijdens de sessie op de Accountantsdag 2010 toe dat Mazars voor de eigen bedrijfsvoering behoorlijk stevige ambities heeft neergezet. Het lijkt erop dat Mazars op dit gebied een leidende rol pakt in de markt. Steman vindt dat belangrijk om diverse redenen. Een daarvan is dat de accountant zijn klant hierover moet gaan adviseren: "Ondernemers maken inderdaad vaak een worsteling door over dit thema. Als accountant ben je op een breed gebied het geweten van je klant en kun je ze hierbij helpen. Dat past in de rol van trusted advisor. Je kunt meedenken over het beleid en over hoe ze rapporteren over mvo. Maar dat begint ermee dat je zelf als accountant affiniteit en kennis hebt. Ik merkte ook tijdens de Accountantsdag dat mensen intrinsiek geïnteresseerd raken als je ze het verhaal goed weet over te brengen."

SIJPELEN

Verwacht Steman substantiële omzet uit de dienstverlening van Mazars op dit gebied? "We zien het niet als een aparte tak van dienstverlening. Maar het wordt steeds belangrijker om op dit gebied kennis te hebben om je rol als trusted advisor goed te vervullen. En ik ben ervan overtuigd dat mvo in het mkb steeds belangrijker wordt. Het is begonnen bij overheid en multinationals en sijpelt nu steeds meer door in de hele markt."

Accountants moeten meer kennis opbouwen dus. Ook dat kwam overigens naar voren tijdens de

HANDVATTEN VOOR MVO IN HET MKB

Richtlijn 400 van de Raad voor de Jaarverslaggeving geeft handvatten op het gebied van het rapporteren over maatschappelijk verantwoord ondernemen. De vrijwillig toe te passen standaard sluit aan op internationale standaarden zoals die van het Global Reporting Initiative (GRI).

In het najaar van 2010 verscheen de nieuwe standaard ISO 26000. Deze heeft tot doel om ondernemingen en andere organisaties te ondersteunen bij de ontwikkeling van een effectief en geloofwaardig beleid voor maatschappelijk verantwoord ondernemen en een goede verstandhouding daarover met belanghebbende partijen (stakeholders).

Accountantsdag, waar te beluisteren viel dat accountants op zijn minst beter moeten worden opgeleid.

Paul Dinkgreve van de organisatie van mkb-accountantskantoren SRA wees er in dat kader op dat de SRA cursussen organiseert op dit gebied, maar dat daar weinig belangstelling voor is. En dat beeld werd bevestigd door adviesorganisatie FullFinance.

Kortom: hier ligt zeker een marktkans voor de sector, maar verwacht van accountants niet dat ze de mvo-revolutie in het mkb zelf op gang brengen. □

