

COLUMN

EENHEIDSWORST**Gideon Folkers**

Gideon Folkers is registeraccountant en werkzaam als IT-engineer bij Refine-IT.

Lang hebben we erop moeten wachten, maar eindelijk hebben we weer een regeerakkoord. De tijdlijnen van mijn sociale media accounts ontploften bijna van alle blogs, artikelen of andersoortige uitingen hierover. Als een havik op zijn prooi dook ook de accountantswereld op dit onderwerp en wist te vertellen wat de belangrijkste punten uit het regeerakkoord waren voor 'mij' als ondernemer.

Ik heb er geen *tekst-mining* op losgelaten, maar met het blote oog viel mij al snel op dat al deze berichten wel erg op elkaar leken. Ze waren zelfs nauwelijks van elkaar te onderscheiden.

Een klein online onderzoek bevestigde mij in mijn opvatting dat dit niet de eerste keer is.

Actuele onderwerpen worden door de beroepsgroep massaal aangegrepen om ook online weer eens van zich te laten horen. Helaas wel allemaal op precies hetzelfde moment, op precies dezelfde manier. In het najaar zien we alle berichten over de Werkkosten-regeling, de investeringsaftrek en alle andere fiscale eindejaarstips al van ver aankomen.

Een kantoor onderscheidt zich bijna nog meer als zij er juist niet aan meedoet.

Wat mij betreft een grote gemiste kans.

Zelf ben ik een groot fan van wat zo mooi content-marketing heet. Niet alleen hard roepen dat je goed of zelfs de beste bent, maar aan de hand van de inhoud bewijzen wat je kunt. Het werkveld van

de accountant is zo breed dat je veel verder kunt gaan dan de fiscaal gedreven onderwerpen die je nu voornamelijk ziet. Onderwerpen als interne beheersing, informatievoorziening en proces-inrichting liggen ook binnen het kennisgebied van de accountant en bieden mooie kansen.

Content-marketing heeft nog een extra positief effect. De mensen die een inhoudelijke bijdrage leveren, leren er zelf namelijk ook nog eens heel veel van. Je zult je moeten verdiepen in een onderwerp om er goed over te kunnen schrijven.

Het is een grote misvatting dat alleen de hogere geledingen en de beste vaktechnen in een accountantskantoor kunnen publiceren. Het leereffect voor de hele organisatie is het grootst als de hele organisatie meedoet; van jong tot oud, van beginnende professionals tot door de wol geverfde experts.

Investeren in kennis is altijd een goed idee. Mijn ervaring leert dat deze investering zijn geld meer dan waard gaat zijn. ←