



THEMA: OPEN

*Tekst: Nancy Kamp Beeld: Shutterstock, VRHL en Christian Keijser**Essay***DE TOEKOMST VAN
TRANSPARANTIE**

Transparantie kent veel verschillende omschrijvingen. De context waarin het woord gebruikt wordt is dus van belang. In het kader van verslaggeving relateren we transparantie aan een 'open communicatie'. Het is van oudsher ontstaan om de informatie-asymmetrie, die er nu eenmaal is tussen de onderneming en de belanghebbende, te verkleinen. Maar wat is een open communicatie? En hoe ver moet je daarin gaan?

Laten we daarvoor eerst eens beginnen met het doel van transparantie. Is dat het afleggen van verantwoording over verantwoordelijkheden, het faciliteren van betere economische besluitvorming, het creëren van vertrouwen? Of willen we gewoon al deze doelen bereiken?

Als we beginnen met het afleggen van verantwoording, zien we een duidelijke verbreding in zowel de onderwerpen waarover verantwoording wordt afgelegd als de doelgroep waaraan verantwoording wordt afgelegd. Het gaat niet meer alleen over de verantwoordelijkheid voor de financiële positie en prestaties van de onderneming en de aandeelhouder. Onderwerpen als milieu, personeelsaangelegenheden en ketenverantwoordelijkheid nemen in relevantie toe. De financiële consequenties van duurzaamheidsaspecten worden meer zichtbaar en kunnen volgens rapporten van het World Economic Forum zelfs de financiële stabiliteit ontwrichten. We ervaren aan den lijve de meer

extreme weersomstandigheden, de groeiende wereldbevolking met een groeiende middenklasse, leidend tot meer consumptie, meer druk op steden, toenemende CO₂-emissies en vervuilingen, verlies van biodiversiteit en tekorten aan bepaalde grondstoffen.

In 1972 waarschuwde de Club van Rome hier al voor, maar pas bijna vijftig jaar later lijkt ons bewustzijn over de problematiek toe te nemen. Ook is duidelijk dat dit gezamenlijke actie vereist van overheden, bedrijfsleven en burgers. De Verenigde Naties heeft op zeventien mondiale thema's in totaal 169 doelstellingen (SDGs) geformuleerd. Ondernemingen koppelen hun strategie en doelstellingen vaker aan deze SDGs.

KETENEFFECT

Niet-financiële aspecten bepalen ook in toenemende mate de waarde van de onderneming. Veel ondernemingen waren al op vrijwillige basis transparant over niet-financiële →

aspecten. De jaarlijkse Transparantiebenchmark van het ministerie van Economische Zaken en Klimaat, waarbij vijfhonderd grote ondernemingen tegen de meetlat van transparantie over maatschappelijk verantwoord ondernemen worden gelegd, is jarenlang een stimulans geweest om transparantie steeds verder te verbeteren. Het Europese besluit niet-financiële informatie, dat is verankerd in Nederlandse wetgeving en effectief vanaf verslagjaar 2017, trekt ook de achterblijvers over de streep om transparanter te zijn over relevante maatschappelijke aspecten van ondernemen. De wettelijke eisen zijn weliswaar alleen van toepassing op grote organisaties van openbaar belang (zo'n 115 organisaties in Nederland), maar de verwachting is dat er een keteneffect in transparantie zal ontstaan. In de uitleg van deze Europese regelgeving zien we dat er een duale invulling wordt gegeven aan materialiteit, in de zin van het vaststellen van relevante onderwerpen waarover transparantie wordt verwacht. Het gaat enerzijds om informatie die nodig is voor een goed begrip van de ontwikkeling, de resultaten en de positie van de onderneming en anderzijds over de effecten van de onderneming op de omgeving. Dit laatste is nieuw. Er moet dus heel nadrukkelijk worden gekeken naar de wisselwerking tussen

NIET-FINANCIËLE ASPECTEN BEPALEN IN TOENEMENDE MATE DE WAARDE VAN DE ONDERNEMING.



de onderneming en haar belanghebbenden en de maatschappij in brede zin. Uit onderzoek van de Autoriteit Financiële Markten (AFM, 2018*) blijkt dat de transparantie over niet-financiële verslaggeving verder moet worden verbeterd en dat het besluit niet op alle onderdelen wordt nageleefd.

KAPITALEN

We zien steeds duidelijker dat de onderneming afhankelijk is van meer kapitalen dan alleen financieel kapitaal en dat deze kapitalen heel duidelijk met elkaar in verband staan. Hierbij moet worden gedacht aan werknemers (menselijk kapitaal), natuurlijke hulpbronnen (natuurlijk kapitaal), stakeholderrelaties (sociaal kapitaal), infrastructuur/software/machinepark (productiekapitaal) en licenties (intellectueel kapitaal). De International Integrated Reporting Council (IIRC), waarvan ik zelf aan de wieg heb mogen staan, onderkent in het verslaggevingsraamwerk deze verschillende kapitalen. Uit het genoemde onderzoek van de AFM (2018) blijkt dat 57 procent van de beursgenoteerde bedrijven in het bestuursverslag verwijzen naar Global Reporting Initiative en 21 procent naar het IIRC. Er is een geleidelijke verschuiving te zien van gecombineerde financiële en sustainability verslaggeving naar geïntegreerde verslaggeving.

Het rapporteren over niet-financiële indicatoren, zoals werknemerstevredenheid, aantal ongevallen of CO₂, betekent niet dat er twee stromen informatie ontstaan; financieel en niet-financieel. Er is een aantal indicatoren die juist de koppeling laten zien, zoals investeringen in duurzame productontwikkeling, omzet van duurzame productgroepen ten opzichte van de reguliere producten, energie-efficiency. Ook zien we dat het moneteriseren van niet-financiële informatie steeds vaker voorkomt, omdat hiermee een betere beeldvorming wordt verkregen van de impact**. We zijn tenslotte gewend aan de context van de waarde van geld, voor niet-financiële informatie kunnen we ons moeilijker een voorstelling maken wat een indicator nu aan impact weergeeft. Daarom is voor de juiste interpretatie een benchmark belangrijk, zoals de vergelijking met de ondernemingsdoelstelling, het verloop van de indicator in de tijd of de gemiddelde prestatie in de bedrijfstak.

BESLUITVORMING

Het doel van transparantie is ook gericht op het faciliteren van betere besluitvorming, zowel intern als extern. Ik hoor regelmatig reacties van bestuurders dat het samenstellen van een geïntegreerd verslag ook intern heeft geleid tot een veel beter beeld van de organisatie en daarmee tot een betere basis voor besluitvorming. Transparantie betreft niet alleen het verminderen van een negatieve impact op belanghebbenden of het verkleinen van risico's op milieu-



Nancy Kamp

Prof. dr. Nancy Kamp-Roelands RA is sinds mei 2018 bijzonder hoogleraar Non-Financial Information, Integrated Reporting & Assurance bij de vakgroep Accountancy van de Rijksuniversiteit Groningen. Zij is daarnaast associate partner bij EY Climate Change and Sustainability Services. Van 2013-2016 was zij werkzaam als deputy director voor de International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) in New York. Zij was betrokken bij de oprichting van de IIRC en neemt deel in het IIRC Framework Panel.

en sociaal gebied. Het gaat ook over het inspelen op kansen die de maatschappelijke uitdagingen bieden. Verschillende ondernemingen gaan door een grote transformatie; in producten, diensten, processen en zelfs hun volledige businessmodel. In zo'n disruptieve omgeving is het onvoldoende om alleen transparant te zijn over veronderstelde verantwoordelijkheden of over de positie en prestaties van de onderneming. Het gaat erom aan te tonen dat de organisatie flexibel genoeg is om tijdig in te spelen op de vele ontwikkelingen en in staat is en blijft waarde te creëren voor stakeholders**.

Transparantie gaat dus steeds meer over processen, over de transitie naar duurzame groei in waardecreatie. In Nederland hebben we altijd een meer stakeholdergerichte benadering gehad, maar zelfs vanuit een aandeelhoudersgedachte zien we de relevantie toenemen. Nu de financiële consequenties duidelijker worden, raken ook investeerders in toenemende mate geïnteresseerd in bredere verslaggeving.

De *BlackRock's Environmental, Social and Government Statement*, effectief vanaf juli 2018, is een voorbeeld van nieuw beleid waarbij ESG in alle investeringsbeslissingen

wordt meegenomen. BlackRock beheerde het eerste kwartaal van 2019 ongeveer 6.500 miljard dollar wereldwijd. Ook als we kijken naar het aantal deelnemers in het VN-initiatief *Principles for Responsible Investments* zie je dit stijgen, van 1.500 in 2016 naar 2.370 in 2019. Ook hierbij weer een vertegenwoordiging van *assets under management* van 86,3 biljoen dollar.

Porter en Kramer***, bekend om het denken vanuit winstmaximalisatie, zien *shared value* als beleid en acties die de concurrentiekracht van een onderneming vergroten, terwijl tegelijkertijd de economische en maatschappelijke omstandigheden in de landen waarin de onderneming opereert worden verbeterd. Het is geen verschuiving van waarde van aandeelhouders naar andere belanghebbenden, maar het creëren van situaties waarin alle belanghebbenden erop vooruitgaan.

In tegenstelling tot de jaarrekening sec sluit een geïntegreerd verslag veel beter aan op de wijze waarop de onderneming wordt aangestuurd. Transparantie in de organisatie leidt tot betere besluitvorming, intern en extern. Omdat er compacte en beter aan elkaar gerelateerde →

TRANSPARANTIE IS OOK GERICHT OP HET FACILITEREN VAN BETERE BESLUITVORMING.



informatie wordt gegeven, krijgen ook investeerders, consumenten en toekomstige werknemers beter inzicht in de onderneming dan uitsluitend via de oorspronkelijke jaarrekening. Zij kunnen daardoor een beter geïnformeerd besluit nemen.

Het gaat niet alleen om uitkomsten van waardecreatie, maar ook om het inbedden van dit proces in de bredere context van strategie en governance, kansen en risico's, de prestaties en de uiteindelijke impact op de maatschappij. Voor een geïntegreerd verslag is geïntegreerd denken over lange termijn waardecreatie de basis.

GEEN OVERLOAD AAN INFORMATIE

Transparantie mag niet worden verward met een *overload* aan informatie. Als we naar de huidige verslagen kijken zijn deze enorm toegenomen in omvang. De lezer gaat hierdoor juist de kernboodschappen missen. De recente trend van het gebruik van infographics om de kerninformatie kort en krachtig weer te geven moedig ik daarom van harte toe. Ook de keuze voor een topdocument, met details elders voor specifieke lezers, past in de trend van compactheid. Transparantie is niet alleen jaarlijkse communicatie. Communicatie vindt gedurende het gehele jaar plaats in verschillende vormen, zoals een bijzonderlijk deel van de website waarop de meest actuele informatie wordt gegeven.

Transparantie betekent wel dat er een gebalanceerd beeld wordt gegeven, dus zowel positieve als negatieve informatie. Daarbij kan niet worden ontkomen aan het bespreken van relevante dilemma's. Aan niet alle verwachtingen kan nu eenmaal worden voldaan. Ook zal tijdens de uitvoering van voorgenomen activiteiten niet alles gaan zoals gepland. Het meenemen van de stakeholder in de transitie naar bredere waardecreatie draagt bij aan het vertrouwen in de organisatie**. De rol van dialoog is hierin belangrijk. Dat is niet de jaarlijkse survey of bijeenkomst met stakeholders, maar een in de kernprocessen van de organisatie ingebed proces.

Transparantie heeft ook als doel vertrouwen te creëren. Er is een inherente bias om een positief beeld te geven, zeker nu ook de relatie met financiële aspecten steeds zichtbaarder wordt en er in de remuneratie van management in toenemende mate ook niet-financiële aspecten worden opgenomen. Sterke interne governanceprocessen dragen bij aan de betrouwbaarheid. Ook afzonderlijke assurance-opdrachten dragen bij. In Nederland laat het AFM-onderzoek (2018) zien dat bij dertig procent van de beursgenoteerde ondernemingen een afzonderlijke assurance-opdracht wordt uitgevoerd bij de niet-financiële informatie. Dit mag niet worden verward met COS 720, werkzaamheden in het kader van de controle van de jaarrekening. Dat is slechts gericht op inconsistenties van materieel belang tussen de andere informatie en de financiële overzichten, of tussen de andere informatie en de kennis van de accountant die is verkregen tijdens de controle.

Het tijdperk waarin we alleen transparant zijn over financiële aspecten van de bedrijfsvoering en alleen verantwoording afleggen aan financieel belanghebbenden, is wat mij betreft definitief afgesloten. We moeten transparantie gaan zien in de zin van bredere waardecreatie, niet blijven hangen in het afleggen van verantwoording over verantwoordelijkheden. We moeten transparantie veel meer gaan zien als het meenemen van belanghebbenden in de continue ontwikkeling van lange termijn waardecreatie. ←

Noten

- * Autoriteit Financiële Markten (2018), In Balans 2018-Deel A-Themaonderzoek niet-financiële informatie in bestuursverslagen, AFM, Amsterdam
- ** Kamp-Roelands, A.E.M. (2019), Change, Inaugural lecture University of Groningen
- *** Porter, M. E. and M.R. Kramer (2011), Shared Value, Harvard Business Review, January-February, pagina 62-77