

Accountantskantoren richten zich meer op adviesdiensten

Nederlandse accountantskantoren lopen in Europa voorop als het gaat om het aanbieden van adviesdiensten. Ze zien vooral kansen in advisering rondom duurzaamheid, technologie en wet- en regelgeving.

Uit Europees onderzoek van Wolters Kluwer Tax & Accounting blijkt dat 69 procent van de kantoren groei verwacht in duurzaamheidsadvies, IT-consultancy en ondersteuning bij het naleven van antiwitwaswetgeving. Ook cybersecurity en begeleiding bij fusies en overnames worden genoemd als belangrijke groeimarkten.

Nederlandse accountantskantoren onderscheiden zich binnen Europa door hun actieve klantbenadering. Bijna zeven op de tien kantoren (68 procent) nemen wekelijks contact op met klanten, terwijl maar 1 procent wacht totdat klanten zelf het initiatief nemen. Ook zeggen kantoren een grote invloed te hebben op de technologische keuzes van hun opdrachtgevers: meer dan acht op de tien geven aan

een belangrijke rol te spelen in dergelijke besluitvorming. De vraag naar advies wordt geholpen door de digitale 'volwassenheid' van Nederland.

Partnerschap

Tegenwoordig biedt 93 procent van de Europese accountantskantoren adviesdiensten aan, tegenover 83 procent een jaar geleden, waarbij bijna twee derde (65 procent) advies als kernactiviteit beschouwt.

Volgens het onderzoek staat bijna twee derde van de Nederlandse accountantskantoren open voor investeringen door private equity-partijen en is meer dan 60 procent voorstander van partnerschappen. Kantoren zoeken naar mogelijkheden om verder te groeien, opvolgingsvraagstukken op te lossen en hun dienstverlening uit te breiden.

Het rapport *Future Ready Accountant* is gebaseerd op onderzoek onder meer dan 2.700 professionals vanuit de belasting- en accountancyprofessie, uit veertien landen in Europa.

Ruim driekwart van accountantskantoren zet inmiddels AI in

Ruim driekwart van de Nederlandse accountantskantoren maakt inmiddels gebruik van AI-toepassingen. Tegelijk weet bijna de helft niet hoe ze AI het beste kunnen inzetten voor de bedrijfsvoering.

Dat blijkt uit onderzoek van softwareontwikkelaar Exact onder ruim 1.700 Nederlandse mkb-ondernemers. AI heeft bij de meeste kantoren (78 procent) een voet tussen de deur, maar breed gebruik vertaalt zich niet automatisch in brede toepassing. Bijna de helft (49 procent) weet niet goed hoe ze het maximale uit AI kunnen halen voor de eigen bedrijfsvoering. Tekstcreatie en communicatie (37 procent) en analyse en advies (32 procent) voeren de boventoon bij het gebruik van AI. Minder dan een kwart (24 procent) zet AI in op het gebied van compliance en controle.

Digitale ambities

Tegelijk zijn kantoren niet terughoudend in hun digitale ambities: bij zeven op de tien (68 procent) heeft automatisering prioriteit en 71 procent heeft daarvoor

ook voldoende budget beschikbaar. Wel erkent 41 procent dat het lastig is om op technologische veranderingen in te spelen.

De grootste uitdagingen liggen volgens het onderzoek momenteel bij het bijhouden van wet- en regelgeving (43 procent), het voldoen aan de proactieve adviesrol die klanten van accountants verwachten (36 procent) en het terugdringen van handmatig administratief werk (36 procent).

Klanten raadplegen eerst AI

Ondertussen handelen veel ondernemers zelf inmiddels op basis van financieel, fiscaal of zakelijk advies door AI-tools. In een Brits onderzoek onder vijfhonderd mkb-ondernemers door Ravical, een AI-platform voor accountants en belastingadviseurs, gaf 70 procent aan altijd of vaak op AI-advies te handelen voordat ze de accountant raadplegen. Negen op de tien mkb-ondernemers denken ook dat compliance taken binnen enkele jaren grotendeels door software of AI kunnen worden afgehandeld; ruim een derde (35 procent) meent dat dit nu al grotendeels mogelijk is.



Expats

Ervaringen van Nederlandse accountants in den vreemde.

Dit keer: Hans Hupje, interim financieel directeur in Reading, Verenigd Koninkrijk.



‘Mijn schoonvader zei tegen mij: je kinderen zijn van het dorp’

“Wonen in het buitenland is mij met de paplepel ingegoten. Mijn vader werkte voor Shell en dat betekende dat we als gezin regelmatig verhuisden. In mijn jeugd woonde ik achtereenvolgens in Australië en Brunei. Mijn middelbareschooltijd bracht ik door in Parijs. Het laatste jaar maakte ik af op de internationale school in Oegstgeest. Hoe bijzonder zo’n jeugd is, merkte ik toen ik eenmaal terug in Nederland was. Klasgenoten vertelden over kikkervisjes vangen in de sloot. Wij hadden in Brunei orang-oetangs gezien op loopafstand van ons huis. De wildernis was vlakbij. Soms kroop er een slang uit het toilet. Die werd dan door de huishoudster met een stok doodgeslagen.”

Dikke laag stof

“Toen ik na een aantal jaren bij PwC in 1994 solliciteerde bij Akzo Nobel, was dat in de eerste plaats omdat ik naar het buitenland wilde. Het lukte al vrij snel om overgeplaatst te worden naar Londen. Ik moest alleen wel toestemming vragen aan het NIVRA. Die was nodig omdat mijn accountantsopleiding nog niet was afgerond. Die heb ik netjes afgemaakt, wat een stuk pittiger is als je in het buitenland werkt. Akzo was in het VK gesplitst in een chemie-, farmaceutische en een coatingtak. Vooral de coatingdivisie vroeg aandacht. Zo produceerden ze veel verf op voorraad. Ze hadden weliswaar een planningsproces met schattingen hoeveel verf er van een bepaalde kleur werd verkocht, maar managers weken daar regelmatig van af. Dat ik daar als interne accountant naar keek was nieuw voor ze. In het VK lag de focus van de interne accountant vooral op het financiële. Op papier leek het allemaal te kloppen, maar als je in het magazijn ging kijken zag je dat op sommige blikken een dikke laag stof zat. Ik kon met feiten aantonen dat ze te veel verf overhielden. Op zo’n moment is het zaak om op een nette manier verbeteringen te zoeken. Je moet voelen hoe je een boodschap brengt. Dat was helemaal belangrijk omdat mijn voorganger – ook een Nederlander – zich niet populair had gemaakt met een directe aanpak.

Na een periode bij AstraZeneca als audit manager heb ik veel door Azië gereisd als assurance & risk manager voor Pentland Brands, het moederbedrijf achter sportmerken als Speedo. Die sportkleding wordt in licentie vervaardigd. Het was mijn taak om uit te zoeken of de royalty’s wel werden betaald. Vaak zag ik in een land niet meer dan de hoofdstad, maar je pikt veel op in de gesprekken. Ik huurde meestal ter plekke een accountant in van een big four-kantoor. Het is iemand die de cultuur begrijpt en alle documenten kan lezen.”

Beklemmend

“Omdat mijn vrouw Keniaans is, besloten we in 2012 met ons gezin naar Nairobi te verhuizen. Mijn werk voor Pentland Brands kon ik in eerste instantie van daaruit voortzetten. Later verlegde ik mijn werkterrein als interim financieel directeur naar ngo’s en regionale for-profit-bedrijven. Hierdoor heb ik vrij veel van Centraal Afrika gezien. Waar ik het meeste aan moest wennen was dat de groep in Afrika belangrijker is dan het individu. Mijn schoonvader zei tegen mij: ‘Je kinderen zijn van het dorp.’ Eerst begreep ik hem niet, maar wat hij bedoelde was dat het dorp zich verantwoordelijk voelt voor alle kinderen. Als ouders wegvallen, worden ze opgevangen door de gemeenschap. Tijdens Covid zijn we uit Kenia vertrokken en verhuisd naar Redding in de UK. Mijn werkveld is heel divers. Mijn laatste opdracht was voor een Nederlandse klant. Samen met de cfo zorgde ik ervoor dat ze na vier jaar weer een goedkeurende verklaring kregen. Ik heb geen idee waar we over zeven jaar wonen. Misschien gaan we onze tijd straks verdelen tussen Kenia en de UK. Een leven in Nederland heb ik nooit overwogen. Het is een land waar veel goed is georganiseerd, maar er altijd wonen zou ik beklemmend vinden.”



De chief information security officer wordt steeds belangrijker

Door de groeiende impact van AI en bijbehorende risico's op het gebied van cyberveiligheid, is het belang van de chief information security officer (CISO) binnen ondernemingsbesturen de afgelopen jaren flink toegenomen.

Dat blijkt uit een analyse door executive searchbureau Heidrick & Struggles van 371 CISO's in Europa, de VS en Canada. Inmiddels stelt 42 procent van de ondervraagden direct aan de ceo te rapporteren. In 2024 was dat nog maar 14 procent. De kortere rapportagelijnen zijn terug te vinden bij alle soorten bedrijven, of ze nu in handen zijn van private investeerders, beursgenoteerd zijn of een familiebedrijf.

Aanscherpen

Bijna zes op de tien ondervraagde CISO's noemen kunstmatige intelligentie, machine learning en data-analytics als belangrijkste expertisegebieden om te onderhouden en uit te bouwen. Voor 32 procent is compliance, risk en governance het meest essentieel; 29 procent kiest voor beveiligingsarchitectuur. Liefst 96 procent van de respondenten stelt AI te gebruiken om hun digitale beveiliging verder aan te scherpen.

Passend salaris

De toegenomen interesse vanuit de bestuurskamer in AI en het veilig implementeren daarvan, komt inmiddels ook tot uiting in het aannamebeleid van veel internationale organisaties. Zo zegt 60 procent van alle respondenten op dit moment op zoek te zijn naar werknemers met kennis en expertise op het snijvlak van AI en cybersecurity.

Bij een meer volwassen rol voor de CISO hoort een passend salaris. Europese CISO's verdienen gemiddeld € 537.000 per jaar, zo blijkt uit het onderzoek.

Maar weinig werkenden hebben alle vertrouwen in de toekomst van hun baan

Minder dan één op de vijf werkenden in Nederland is zeer zeker over de toekomst van de eigen baan. Daarmee blijft Nederland iets achter bij het wereldwijde gemiddelde van 22 procent.

Dat blijkt uit een onderzoek van ADP Research. De uitkomsten laten zien dat veel werkenden onzeker zijn over hun positie op de arbeidsmarkt, ondanks aanhoudende personeelstekorten in verschillende sectoren. Technologische ontwikkelingen, veranderende functie-eisen en toenemende nadruk op nieuwe vaardigheden, maken dat werknemers zich afvragen hoe toekomstbestendig hun loopbaan is.

Uit het onderzoek blijkt dat werknemers die vertrouwen hebben in de toekomst van hun baan vaker betrokken, productief en loyaal zijn. Zo zijn werknemers die zich zeker voelen over hun baan dubbel zo vaak van plan om bij de huidige werkgever te blijven. Organisaties die investeren in ontwikkeling, loopbaanperspectief en transparante communicatie kunnen het vertrouwen, de betrokkenheid en het behoud van medewerkers vergroten, meent ADP.

Verschillen

Het gevoel van baanzekerheid verschilt tussen groepen werkenden in Nederland. Onder kenniswerkers voelt 21 procent zich zeker over de toekomst van de eigen baan. Onder werknemers in specialistische uitvoerende functies ligt dat percentage op 15 procent. Bij werknemers met repetitief uitvoerend werk gaat het om 19 procent. Ook tussen leeftijdsgroepen zijn verschillen zichtbaar. Van de Nederlandse werknemers tussen achttien en 26 jaar voelt 21 procent zich zeker over de toekomst van de eigen baan. Onder werknemers van 27 tot 39 jaar is dat met 15 procent lager.

Het *People at Work*-onderzoek bevat resultaten gebaseerd op een jaarlijkse *Global Workforce Survey* van ADP Research onder bijna veertigduizend werkende volwassenen in 36 landen, waarvan ruim duizend in Nederland.

Socialmediagebruik loopt ook onder werktijd soms flink op

Driekwart van de werkende Nederlanders zit ook tijdens werktijd soms op social media. Bij iets meer dan de helft gaat het om minimaal een halfuur per werkdag. Dat kost werkgevers al gauw 3.500 euro per jaar per scrollende werknemer.

Bijna een kwart van de werkenden zegt tijdens het werk helemaal geen social media te gebruiken. Een vergelijkbare groep houdt het bij een kwartier per dag, terwijl ruim één op de vijf uitkomt op ongeveer een halfuur. Ongeveer één op de zes werkenden brengt dagelijks een uur op social media door tijdens werktijd. Bij een kleine groep loopt dit op tot twee uur per dag of zelfs nog meer. Dat blijkt uit onderzoek van carrièreplatform Cvster onder 1.325 werkenden. Gebruik van social media loopt uiteen van even snel iets op LinkedIn checken of een WhatsAppje beantwoorden, tot uitgebreid door Instagram of TikTok scrollen.

Vooraf jonge werknemers

Leeftijd speelt, niet verrassend, een duidelijke rol bij gebruik van sociale media. Onder werkenden van achttien tot en met 29 jaar zegt maar een op de acht tijdens het werk helemaal geen social media te gebruiken. Bij zestigers is dat ruim vier op de tien. Jongere werkenden zitten bovendien vaker langer op social media: zo scrollt ruim een op de drie twintigers een uur per werkdag of meer. Het gaat hierbij niet per se om kantoorpersoneel, maar ook om mensen die in ander soort functies werken. Kantoormensen lijken social media juist vaker 'met mate' te gebruiken, met relatief veel werkenden die uitkomen op ongeveer een kwartier of een halfuur per dag. Mannen zeggen iets vaker dat hun socialmediagebruik tijdens werk beperkt blijft tot ongeveer een kwartier of een halfuur per dag. Vrouwen geven vaker aan rond een uur, twee uur of zelfs meer dan twee uur per dag op social media door te brengen tijdens werktijd. Tegelijk ligt het percentage dat helemaal niet met 'socials' bezig is onder werktijd bij vrouwen ook iets hoger.

Regeldruk kost Nederlandse economie jaarlijks bijna 17 miljard

Het voldoen aan wet- en regelgeving kostte de Nederlandse economie in 2024 16,8 miljard euro, gelijk aan 1,5 procent van het bruto binnenlands product (bbp). Ruim 9 miljard hiervan komt voor rekening van het bedrijfsleven.

Deze kosten bestaan uit arbeidsuren en loonkosten die organisaties besteden aan activiteiten zoals rapportages, vergunningaanvragen, controles en andere nalevingstaken. Terwijl Nederland al geruime tijd kampt met beperkte productiviteitsgroei, nemen in verschillende sectoren de nalevingskosten sneller toe dan de arbeidsproductiviteit, blijkt uit onderzoek van PwC.

Uit het onderzoek blijkt dat de totale nalevingskosten tussen 2013 en 2024, gecorrigeerd voor inflatie, met 28 procent zijn toegenomen. Gemeten als aandeel van de totale arbeidskosten had Nederland in 2024 de hoogste nalevingslast van alle 27 EU-landen. Volgens Barbara Baarsma, hoofdeconoom bij PwC Nederland, loopt de Nederlandse economie potentieel veel mis, wanneer schaarse arbeid verschuift van innovatie en ondernemerschap naar het naleven van regels.



Zakelijke dienstverlening en financiële sector

Binnen de private sector komen de hoogste nalevingskosten voor rekening van de gespecialiseerde zakelijke dienstverlening (2,9 miljard euro per jaar) en de financiële sector (1,2 miljard euro per jaar). Een deel van deze kosten ontstaat doordat bedrijven in de zakelijke dienstverlening compliancewerk uitvoeren voor klanten in andere sectoren.

De totale nalevingskosten in de private sector bedragen 9,1 miljard euro per jaar. Anders dan in de publieke sector, waar het ontwikkelen, invoeren en handhaven van regelgeving onderdeel zijn van de kerntaak, kunnen deze middelen in het bedrijfsleven niet worden ingezet voor productontwikkeling, innovatie of andere productieve activiteiten.