

Goedemorgen dames en heren,

De accountantswereld staat onder druk: het beroep staat ter discussie, de markt krimpt en verdringt, kantoren hebben te maken met omzetsdaling, worden gedwongen te fuseren of medewerkers te ontslaan. Het is crisis. Of zoals mijn medebestuurder Fouk Tsang zegt, we bevinden ons in een perfecte storm. We hebben als kantoren namelijk ook te dealen met verdergaande digitalisering, vergrijzing, globalisering, andere klantbehoeften. Het is twee voor twaalf. Mocht u nog niet hebben nagedacht over de consequenties van deze ontwikkelingen voor uw kantoor, dan is nu het moment.

Iedereen kan het roer vasthouden als de zee kalm is (Publilius Syrus ~100 vC). Maar als het getij verloopt, dan moeten we de bakens verzetten. Ook SRA, als vereniging en als bureau, moet anticiperen op die perfecte storm, meebewegen in de veranderende wereld, willen we ons bestaan kunnen blijven legitimeren. We hebben dan ook het afgelopen jaar genomen om nieuwe piketpalen te slaan waardoor we de vereniging SRA strategisch kunnen herpositioneren, het onderscheidend en ondersteunend vermogen van SRA daarmee vergrotend. Met het nieuwe strategische kader en de doorvertaling ervan naar concrete tools, producten en diensten willen we SRA en haar leden de veilige haven binnen loodsen.

Hoe hebben we dat gedaan? In de eerste plaats hebben we geluisterd naar u, onze leden en ook onze klanten. Het ledentevredenheidsonderzoek van eind 2010 mondde uit in een persoonlijk bezoek van SRA-medewerkers aan bijna alle SRA-kantoren. Centraal stond daarbij de vraag: wat verwacht u van SRA, waar kunnen we toegevoegde waarde bieden. We hebben uw enthousiaste suggesties en kritische noten over merkbeleving en onderscheidend vermogen uitgewerkt en meegenomen in het ontwikkelen van nieuwe dimensies, nieuwe USP's voor een toekomstbestendig SRA.

Toekomst is iets waar je je hele verleden mee naar toeneemt. Met het nieuwe strategische kader zetten we zeker onze oude kroonjuwelen niet opzij. Sterker nog, we willen ze juist oppoetsen met bijvoorbeeld een nog scherpere focus op kwaliteit, op efficiency en op 'in control zijn' als voorportaal van de review. Tegelijkertijd realiseren we ons dat kwaliteit, efficiency, en 'in control zijn' geen factoren zijn die maken dat SRA-kantoren zich kunnen onderscheiden van de rest. Uw klant en prospect beschouwt ze als vanzelfsprekend goed, als fundament van product of dienst.

Hoe moeten we het merk SRA dan wel gaan laten leven? Naast kwaliteit als basis, efficiency door schaalgrootte (als vereniging van 370 kantoren bedienen we meer dan 50% van het mkb), en de persoonlijke touch (SRA staat dicht bij de kantoren, u als SRA-kantoor staat dicht bij de ondernemer), biedt nu juist het kennen van de mkb-ondernemer en zijn omgeving een unieke kans om als SRA in de markt onderscheidend te zijn. Van een vakgericht merk maken we van SRA een klantgericht merk, met de focus op de mkb-ondernemer. De wensen van de ondernemer zijn immers de sleutel voor uw succes.

En wat wil uw klant, de mkb-ondernemer, dan wel? U kunt overal lezen dat de ondernemer een proactief adviseur wil die naast de ondernemer staat. Maar wat is dan proactief en wat zijn de gebieden waarop de mkb-ondernemer geadviseerd wil worden? Wat verwacht een ondernemer nu echt van zijn adviseur? Om precies de wensen van uw klant te kennen, zijn we in samenwerking met Universiteit Leiden een uniek onderzoek gestart onder het klantenbestand van SRA-kantoren. U hoort zodadelijk de eerste resultaten. Tijdens de Kleine Kantorendag van begin februari zullen de uitgewerkte resultaten worden gepresenteerd. Van belang is dat u deze resultaten meeneemt naar kantoor en doorvertaalt in kansen voor uw eigen praktijk.

Hoe vult SRA nu de onderscheidende factor, het kennen van de mkb-ondernemer en zijn omgeving, én de focus op diezelfde ondernemer onder meer in? Met de wensen van de ondernemer en alle digitale en maatschappelijke ontwikkelingen in ons achterhoofd, hebben we ons gerealiseerd dat we als vereniging van 370 kantoren een schat aan informatie bezitten waarmee we ondernemers kunnen helpen ondernemen. Die schat aan informatie is de basis voor een aantal nieuwe kroonjuwelen, waarvan de voornaamste Branche in Zicht is.

Branche in Zicht (afgekort BiZ) is een platform van SRA met actuele kennis en inzichten over branches, bedrijven en ondernemers. De gebundelde klantenkennis van de SRA-kantoren, goed voor

meer dan 50% van het MKB, wordt ondersteund door betrouwbare, actuele benchmarkcijfers en praktische adviesinstrumenten. Hiermee kunt u zich als SRA-adviseur optimaal profileren en uw klanten proactief adviseren. En dat is uniek.

Een aantal Nederlandse trendwatchers spreekt in een gezamenlijke Trendrede voor 2013 over de nieuwe trend 'Delen is het nieuwe hebben'. Dat 'nieuwe hebben' geldt zeker voor Branche in Zicht. Maar om daadwerkelijk toegevoegde waarde te kunnen hebben, is samenwerken kritische succesfactor. Als vereniging van accountantskantoren zijn we alleen dan toekomstbestendig als we solidair samen optrekken. Ik doe als collega een moreel appèl op u allen om de handschoen op te pakken en gezamenlijk de schouders onder de crisis te zetten, door tools zoals de benchmark te helpen ontwikkelen en tools zoals Rating te gaan gebruiken. Laadt uw jaarrekeningen in het benchmarkplatform zodat we het goud - de data massa - kunnen laten werken voor ons allemaal. Alleen door echt samen te delen zijn we in staat om de slag om de markt te winnen. Als individueel kantoor en als collectief.

Ik ben ervan overtuigd dat we met het lanceren van Branche in Zicht meerwaarde bieden aan u en aan uw klanten. Strategische stuurinformatie voor de ondernemer is van belang, maar duiding van ontwikkelingen en trends in de branche waarop de ondernemer kan inspelen evenzeer. In samenwerking met brancheorganisaties en specialisten wil SRA dé brancheautoriteit van het mkb zijn waarbij de mkb-ondernemer niet meer om de SRA-adviseurs van de SRA-kantoren heen kan. U zult ons tegenkomen bij de Week van de Ondernemer en ook richten we onze pijlen op de pers & media. En in het kader van het morele appèl dat ik zojuist op u deed: alle revenu's van Branche in Zicht sluizen we weer terug voor verdere innovaties voor de SRA-kantoren.

Met Branche in Zicht betreden we een nieuw tijdperk. Het tijdperk van de moderne accountantspraktijk die de hoedanigheid van huisartsenpost achter zich laat en de nieuwe rol van 'scheepsloods die de perfecte storm weerstaat' op zich neemt.

Dames en heren,

De winkel heeft vanuit de 1-loketgedachte in 2012 natuurlijk gewoon doorgedraaid. Een verslag daarvan kunt u in de stukken terugvinden. Toch wil ik op deze plaats nog twee zaken aanhalen die van belang zijn voor uw kantoor. De eerste: Horizontaal toezicht.

De ontwikkelingen rond HT nemen een vlucht, zowel aan aanbod- als aan vraagzijde. HT is niet meer weg te denken binnen het toezichtpalet van de Belastingdienst. En om nog maar even een bruggetje te maken naar de focus op de klant: ook ondernemingen geven zelf steeds meer aan te willen opereren binnen horizontaal toezicht. Na het rapport van de commissie Stevens dat omarmd is door het parlement, ging het Platform Horizontaal toezicht waarin SRA nadrukkelijk participeert, aan de slag met de aanbevelingen. De Belastingdienst wil intern haar eigen huis op orde hebben en extern het kwaliteitsniveau binnen HT borgen. Aspecten die daarbij een rol spelen zijn onder meer strengere toetredingseisen bij convenanten, een onafhankelijke reviewsysteem (dat geldt nu alleen voor SRA-kantoren) en RTAP voor SME's. Dat laatste betekent op termijn dat de ingediende aangiften van een kantoor met een gecertificeerde HT-specialist in dienst, vrijgesteld zijn van controle door de Belastingdienst. Deze ontwikkeling betekent een ongekende kans voor SRA-kantoren, maar die kans moet u nu grijpen mocht u nog geen convenant hebben afgesloten. Anders mist u de boot.

Het tweede punt handelt over de AFM. De AFM heeft SRA verzocht om te kunnen afwijken van de gemaakte werkafspraken over het toetsen van niet-OOB vergunninghouders die wettelijke controles verrichten. AFM wil voor eind 2013 verslag kunnen doen over dit deel van de markt, bestaande uit 250 SRA-kantoren en 200 niet-leden (namelijk het NBA-deel). Omdat 450 kantoren niet bezocht kunnen worden in een jaar en al helemaal geen volledig onderzoek kunnen ondergaan, zal de AFM steekproefsgewijs onder 20 SRA-kantoren en 30 niet-leden een themaonderzoek uitvoeren. Op basis van het argument om over het totale aantal van 50 kantoren een uitspraak te kunnen doen en een kwaliteitsvergelijk te kunnen maken met het NBA-smaldeel, vroeg de AFM om ook al in januari 2013 te kunnen starten bij de SRA-kantoren. SRA heeft AFM meegedeeld dat de SRA-kantoren, die immers al getoetst zijn, vanaf september 2013 bezocht kunnen worden conform de werkafspraken in het convenant. Op deze manier kunt u zich als SRA-kantoor in het drukke voorjaar richten op uw klanten in plaats van op dossieronderzoeken. Eind november hebben we de SRA-kantoren met een

vergunning ingelicht over deze kwestie. Het is overigens van belang te beseffen dat de verwachtingen over de toetsingsresultaten van het NBA-deel niet positief zullen zijn, wat mogelijk kan afstralen op de totale mkb-markt.

Dames en heren,

Ik mag vandaag naast Branche in Zicht nog een platform lanceren. Vanaf 2010 heeft SRA de noodzaak benadrukt om te anticiperen op ontwikkelingen als digitalisering, globalisering, vergrijzing, veranderende klantbehoeften en marktomstandigheden. Met de Blauwdruk van het accountantskantoor in 2020 als prikkelende denkrichting, vonden allerlei bijeenkomsten, interviews, klankbordmeetings en gesprekken in SRA-commissies plaats om duiding te geven aan de accountantsorganisatie & de professional van de toekomst. Ook verleden jaar tijdens de ALV mochten we tijdens de rondetafelgesprekken ervaringen rond dit onderwerp delen.

Nu is echter het tijd om de bundeling van alle kennis en inzichten te ontsluiten via Spring!, een interactief digitaal magazine dat op een prikkelende wijze informatie voor het accountantskantoor anno nu geeft. Spring! biedt interessante denkrichtingen, aanknopingspunten, stof tot nadenken en handelen, onderverdeeld in vier belangrijke thema's: strategie, klant, HRM en ICT. Concrete informatie waarbij innovatie centraal staat, geen houtskoolschets.

Met Spring! ontdekt u wellicht nieuwe mogelijkheden en kansen waarmee u uw kantoororganisatie stevig kunt verankeren; als het gaat om uw (toekomstige) personeel, uw klanten of in de markt. Ook als u uw businessmodel niet wilt veranderen, vindt u belangrijke informatie over bijvoorbeeld de gevolgen van veranderende klantbehoeften en over de competenties die u daarvoor in huis nodig heeft.

We willen elk accountantskantoor (groot of klein, welk dienstenpakket dan ook) bewust maken van het feit dat nu het moment is om in te spelen op veranderende omstandigheden. Uw toekomst begon immers gisteren al. Om inzichtelijk te maken waar de grootste uitdagingen voor uw organisatie liggen, ontwikkelden we het Kompas voor de toekomst. Met de vragenlijst uit dit Kompas geven we uw kantoor een globaal advies, dat als startpunt kan dienen voor een gesprek met uw collega's en klanten. Vandaag ontvangt u per mail een link naar het Kompas. Een eerste stap wellicht op weg naar een toekomstbestendig kantoor.

Dames en heren, ik sluit af. Mijn dank spreek ik uit naar alle SRA-leden, mijn partners in het bestuur, de vele SRA-commissies, andere actieve leden en meedenkers, én het SRA-bureau voor alle inzet, samenwerking en betrokkenheid in het afgelopen jaar.

Ik zie de toekomst vol vertrouwen tegemoet. Laten we samen de storm trotseren, en elkaar én onze klanten veilige havens binnenloodsen.