

DE ACCOUNTANT ALS WEGWIJZER IN DE BETEKENISECONOMIE

Na de agrarische, industriële en diensteneconomie bewegen we nu langzaam de betekeniseconomie in. Organisaties die betekenisvol ondernemen, kijken niet meer naar een gat in de markt, maar naar een gat in de maatschappij. Mark de Lat, partner bij Eshuis Accountants en Adviseurs, legt tijdens de SRA-Masterclass Strategie uit welke rol accountants in deze transitie naar een betere wereld kunnen spelen en hoe zij daarin zelf positie kunnen kiezen.



Betekenisvolle ondernemers zien manieren om met hun business-modellen waarde toe te voegen aan de maatschappij.



De betekeniseconomie draait om de balans tussen wat goed is voor je bedrijf of organisatie en wat goed is voor het grotere geheel: de maatschappij en het algemeen belang. Financieel rendement is uiteraard nog steeds belangrijk, maar niet meer het vertrekpunt. Betekenisvolle ondernemers zien manieren om met hun businessmodellen waarde toe te voegen aan de maatschappij. Vooral dat is hun beweeggrond en financieel rendement is dan een resultante van dit maatschappelijk handelen. Mark de Lat: “Een aantal jaar geleden keek men nog verwonderd naar deze ontwikkeling, maar nu beginnen we het gelukkig gewoon te vinden. Anders gezegd: we vinden het niet langer normaal als een bedrijf alleen maar geld verdient. De coronacrisis heeft hieraan een extra impuls gegeven. Wat doen we als organisatie, waarom doen we dat en is het nog wel relevant? Deze vragen spelen meer dan ooit en ik hoop dat dit voortgang blijft vinden.”

MEERVOUDIGE WAARDE

De betekeniseconomie gaat verder dan de circulaire economie: het gaat er niet alleen om dat je geen of zo min mogelijk schade toebrengt aan de wereld om je heen, maar dat je er iets aan toevoegt. Dit ‘iets’ is meervoudige waarde. Maatschappelijke waarde; wat doe je als bedrijf voor de maatschappij? Sociale waarde; wat doe je voor mensen in het algemeen, je medewerkers en je klanten? Ecologische waarde; hoe beperk je bijvoorbeeld je CO2-uitstoot of je grondstoffenverbruik? En tot slot uiteraard ook economische waarde; hoe verdien je je geld? Accountants en adviseurs moeten hiermee ook zelf aan de slag en het goede voorbeeld geven, maar De Lat ziet meer impact in de rol die zij vervullen in het maatschappelijk verkeer. “Belangrijker is dat de accountant dit soort vragen stelt

aan zijn of haar klanten. Zij hebben als beroepsgroep de ideale positie om klanten uit te dagen en te stimuleren, om zo een beweging richting de betekeniseconomie op gang te brengen.”

De Lat heeft als niet-accountant en niet-fiscalist 12,5 jaar bij KPMG gewerkt en is nu vijf jaar partner bij Eshuis Accountants en Adviseurs. Na bijna achttien jaar samenwerken met accountants weet hij het zeker: het is een geweldig vak dat daadwerkelijk maatschappelijke invloed kan hebben. Alleen, de laatste jaren voert alles wat met compliance te maken heeft de boven- toon, gaat het vooral over goed en fout in plaats van over hoe het beter kan. “De accountant heeft van origine een rol als ijkpunt en adviseur in het maatschappelijk verkeer. Hij of zij betekent veel voor klanten, zeker in het mkb. Ik hoop dat we deze positieve rol vanuit de beweging van betekenisvol ondernemen veel meer kunnen laten zien.”

RE-IDEALIST

Mensen houden graag vast aan het oude en vertrouwd, dat stelde Socrates al vast en sindsdien is er weinig veranderd. Het geheim van verandering is volgens hem om al je energie te richten, niet op het bevechten van het oude, maar op het bouwen van het nieuwe. Dat is precies hoe ook De Lat aankijkt tegen verandering. “Dat de positieve rol van de accountant wat onder het stof is geraakt, komt door allerlei factoren en deels ook door de sector zelf. Maar vingerwijzen heeft geen zin. Liever steek ik de hand uit om te kijken hoe we samen verandering kunnen brengen. Kijk daarbij als een kind en besluit als een volwassene; dat zou ik iedereen gunnen. Kijk met verwondering om je heen en kijk daarna als volwassenen met elkaar wat je ervan vindt.”

Mark
de Lat

De Lat is hierin re-idealist. Idealist, want hij is ervan overtuigd dat ondernemers met betekenisvolle businessmodellen een mooiere wereld kunnen creëren en achterlaten voor toekomstige generaties. Realist, want die ondernemers moeten met hun businessmodellen natuurlijk ook hun brood kunnen verdienen, anders is het geen businessmodel meer maar een hobby. "Uit onderzoek blijkt dat het mes hier aan twee kanten snijdt. Organisaties die zich richten op het maximaliseren van het welzijn voor alle belanghebbenden, het zijn van een goede werkgever, partner en een eerlijk bedrijf en het leveren van zoveel mogelijk waarde voor klanten, verdienen op de langere termijn fors meer dan organisaties die vooral bezig zijn met winstgevendheid, aandeelhouderswaarde en marktaandeel. Het vraagt echter wel een vorm van geduld."

PRAKTISCHE HULPMIDDELEN

De Lat geeft in zijn masterclass een aantal handvatten om betekenisvol ondernemen te stimuleren. "Eshuis heeft gekozen voor BCorp-certificering, een methodiek waarmee je de mate bepaalt waarin je als organisatie betekenisvol opereert. Het is een positieve stok achter de deur om als kantoor zelf meervoudige waarde te creëren, maar het is ook een goed toepasbaar hulpmiddel voor onze klanten. Voor certificering moet je minimaal 80 punten halen op een schaal van 200. Menigeeen heeft ervaren: daar moet je flink je best voor doen. Eshuis trekt nu met twaalf bedrijven in de regio Twente samen op om voor BCorp-certificering te gaan en van elkaar te leren. De certificering is daarbij niet het doel op zich, maar een middel om jezelf en elkaar een spiegel voor te houden. Ik geloof er namelijk in dat dit helpt om het elke dag een stapje beter te doen voor mens, maatschappij en organisatie."

Een tweede hulpmiddel is de door de Stichting Betekeniseconomie in Twente ontwikkelde BetekenisBox, waarvan De Lat medeoprichter is. Dat is een dialoogvorm met conceptuele stellingen die je aan het denken zetten over hoe je kijkt naar de mate waarin jij met jouw organisatie betekenis geeft. Een stelling luidt bijvoorbeeld: wij zorgen ervoor dat iedereen die met ons samenwerkt en onderdeel is van de productieketen passend en eerlijk wordt beloond. Of: samenwerking en collegialiteit zijn belangrijker dan individuele carrières. "Dit helpt om uit de dagelijkse praktijk te komen en anders te denken dan je gewend bent", vervolgt De Lat. "Precies dit zouden accountants niet alleen intern, maar ook bij klanten moeten doen. Stel je klanten andere vragen dan je misschien gewend bent, dus niet vooral gericht op de economische kant. Zo maken we elkaar en daarmee de wereld om ons heen elke dag een stukje beter." ■

Doet u
mee?

**SRA-MASTERCLASS
STRATEGIE**

Wilt u ook deelnemen aan de SRA-Masterclass Strategie? Deze bestaat uit een cyclus van vier bijeenkomsten per jaar waarin actuele onderwerpen vanuit een strategische invalshoek worden behandeld. Er is veel tijd en aandacht voor de vertaling naar de besturing van een kantoorpraktijk. Kijk voor meer informatie op www.sra.nl/masterclass-strategie.