



Nederland rekt op zijn accountants

9 september 2019

Op 10 september lanceert de Nederlandse Beroepsorganisatie van Accountants (NBA) de campagne *Nederland rekt op zijn accountants*. Met deze campagne wordt aandacht gevraagd voor de onmisbare rol die accountants spelen in onze economie.

Prestaties van accountants zijn sinds de verschijning van het plan *In het publiek belang* in september 2014 verbeterd, zo stelt de NBA. Naast het verbeteren van de 'techniek' van het vak hielden individuele accountantskantoren zichzelf kritisch tegen het licht, ook als het gaat om hun cultuur en gedrag. Alles met als doel een goed functionerend accountantsberoep dat maatschappelijk relevant is en een onmisbare bijdrage levert aan het publiek belang. Na een aantal jaren van verandering kunnen we zeggen dat accountants doen wat van hen mag worden verwacht: borg staan voor het publiek belang. Dus niet alleen de controlerend accountant, ook de accountant in financiële en internal audit functies in het bedrijfsleven, de (semi-)publieke sector en overheid en de accountant die het mkb bedient.

Om de waarde voor het publiek belang te illustreren zien en horen we in de campagne 'gewone' Nederlanders, die op het eerste oog niets met accountants te maken hebben. Toch, zo legt de campagne uit, is het ook in het belang van deze mensen dat accountants hun werk doen. Zij zijn ieder immers één van de 17 miljoen Nederlanders die het publiek belang met elkaar delen.

Vooraf deed onderzoeksbureau Motivaction, in opdracht van de NBA, onderzoek naar de reputatie van het accountantsberoep; zowel bij het Nederlands publiek als bij zakelijk betrokkenen en accountants zelf. Bij het publiek is het beeld van de accountant mager ingekleurd. Bij stakeholders (ook accountants zelf) overheerst een eenzijdig beeld van de accountant als gedegen cijfermatige professional. De maatschappelijke rol van de accountant en de meerwaarde als gesprekspartner blijven grotendeels onzichtbaar. Op basis van die informatie ontwikkelde de NBA een campagne, in nauwe samenwerking met communicatiebureau Winkelman en Van Hessen.

In de campagne wordt ingespeeld op terreinen waar de accountant meerwaarde kan bieden, zoals rondom duurzaamheid. Ook thema's als cybercrime, witwassen en fraude komen in de campagne aan de orde. Bovendien zijn er uitingen waarin de meerwaarde van de accountant voor ondernemers in het mkb wordt onderstreept.

De campagne zal van start gaan met advertenties in het Financieele dagblad, radiospotjes op BNR en Radio1, gesponsorde content op LinkedIn en nu.nl.

Meer informatie over de campagne staat op www.nba.nl/rekentop.