

# De strijd om de bedrijfsdata

Om relevant te blijven moet je blijven anticiperen op verandering. Daarom exploreert NBA met het *What/If* programma hoe veranderingen in technologie het accountantsberoep kunnen raken. Het doel is niet om de toekomst te voorspellen, maar om de nieuwsgierigheid in de beroepsgroep te prikkelen over hoe mogelijke extreme scenario's hun vak kunnen beïnvloeden. Nu en straks. Daartoe ontwikkelen we in 2020 op drie thema's papers. Deze zijn exploratief van karakter. Precies daarom is de inhoud niet de mening van NBA of de bij het onderzoek betrokkenen. Het bevat scherpe formuleringen die vooral bedoeld zijn om een goede discussie te stimuleren. Daartoe organiseren we aansluitend op de papers dan ook interactieve sessies waarbij inspirerende gasten op het podium bevroegd worden.

Dit paper over 'De strijd om de bedrijfsdata' is de tweede in de serie. Op 16 september 2020 organiseren we van 15.00 - 16.30 uur hierover een bijeenkomst.

Meer weten? <https://www.nba.nl/accounttech>

Koninklijke Nederlandse  
Beroepsorganisatie  
van Accountants



NBA

# Data is het nieuwe goud, zo luidt een populair mantra.

We hebben de afgelopen jaren een hevige strijd om onze persoonlijke data gezien en nieuwe verdienmodellen zien opkomen. Dat staat wat in contrast met de relatieve rust die er is in de strijd om data over bedrijven. Accountantskantoren, softwarebedrijven en andere gespecialiseerde partijen maken zich achter de schermen echter op voor strategische bewegingen om hun positie te claimen. De komende jaren kan er wel eens een flinke strijd ontbranden.

*Bedrijfsdata is - net als persoonlijke data - goud waard. Want deze data geeft bijvoorbeeld (voorspellende) inzichten in hoe systeemrisico's zich ontwikkelen, hoe sectoren of regio's er economisch voor staan, waar frauderisico's ontstaan, waar kansen liggen voor sales of marktontwikkeling, hoe we kunnen komen tot circulair gebruik van materialen of hoe we heel gericht debiteurenrisico's kunnen aanwijzen. De mogelijkheden zijn kortom eindeloos. In deze verkenning exploreren we welke mogelijkheden er zijn, welke partijen zich opmaken om die mogelijkheden te ontsluiten en welke mogelijke bijwerkingen er zijn.*

## 1. Zijn alle bedrijfsdata beschikbaar?

Nee. Niet alle bedrijfsdata zijn beschikbaar. Maar de hoeveelheid beschikbare informatie groeit wel, onder invloed van meerdere ontwikkelingen.

Ten eerste zijn (systemen van) organisaties **steeds meer met elkaar verbonden** in een genetwerkte wereld. Door het gebruik van API's of andere interfaces wordt data naadloos gedeeld. Het effect daarvan is dat er toegang komt tot informatie die tot voor kort niet of alleen maar gefragmenteerd beschikbaar was. Een en ander wordt ook door wet- en regelgeving geprikkeld. Een voorbeeld is de Europese richtlijn PSD2 voor financiële instellingen. Deze richtlijn is vooral bekend vanwege het feit dat consumenten derden met een interface toegang kunnen geven tot hun betaaldata om daarmee nieuwe diensten te ontwikkelen. Deze is echter evenzeer van toepassing op bedrijven. Ook het feit dat steeds meer systemen - variërend van boekhoudingen tot CRM-systemen - in de cloud worden gehost stimuleert deze verbondenheid.

Ten tweede lijkt er ook qua attitude sprake van een niet te stuiten ontwikkeling naar **meer openheid**. De tijd dat bedrijven in overdrachtelijke zin hoge muren om zich heen bouwden lijkt achter ons te liggen. Strategisch gezien is het niet langer zinnig om je eigendommen – waaronder data – te verdedigen maar veel meer om in een ecosysteem een optimale plaats in te nemen. De opkomst van de platformeconomie onderstreept dat nog eens: succesvolle platforms nemen een centrale plaats in in de voor hun belangrijke netwerken. Hun waarde zit niet in het *hebben en/of beschermen* van informatie, maar in het optimaal bij elkaar brengen van vraag en aanbod op basis van zoveel mogelijk informatie. Een *sign of the times* is dat Microsoft - dat ooit een zeer gesloten bastion was en open source software in het begin van deze eeuw nog vergeleek met kanker - juist de liefde heeft verklaard aan open data en dus een behoorlijke ommezwaai maakt. The Economist beschrijft deze ontwikkeling en meent dat Microsoft met haar inspanningen - twintig initiatieven om data te delen in 2022 - nu zelfs een van de voorlopers is. Technologie goeroe Kevin Kelly schrijft in zijn Data Manifesto<sup>1</sup> als eerste punt zelfs simpelweg *'Data cannot be owned. By anybody'* en schetst in interviews ook de groeiende vraag naar reciprociteit: als bedrijven onze data gebruiken voor hun diensten, dan mogen wij toch ook hun data gebruiken?

Ten derde is er sprake van een **democratisering** van informatie. Ooit hadden professionele instituten een monopolie op het produceren en verspreiden van informatie. Maar dat verandert nu het steeds eenvoudiger wordt om informatie te verzamelen. Zelfs een handige tiener kan met een softwaretool het web afschuimen. De 'feitenindustrie' is dus niet langer een exclusieve club. Dat ook accountantskantoren dat een interessante markt vinden bleek jaren geleden al toen KPMG WiseWindow overnam, een Amerikaanse onderneming die met web analytics-systemen meningen over producten en diensten, suggesties voor verbeteringen, ideeën voor andere toepassingen, en dergelijke van miljoenen consumenten en (hobby)experts afstruint om deze om te zetten naar inzichten waarop ondernemers hun (strategische) beslissingen kunnen baseren. In feite gaat het hierbij om een omkering van het traditionele marktonderzoek: niet langer worden groepen mensen naar hun mening over iets gevraagd, maar wordt er een intelligente scan gedaan van feitelijkheden, meningen en ideeën die toch al beschikbaar zijn.

<sup>1</sup> <https://medium.com/@kevin2kelly/data-manifesto-1f5f7203c8fb>

## 2 Hoe kun je waarde creëren met bedrijfsdata?

De toepassingsmogelijkheden van bedrijfsdata liggen op een breed terrein. Een voor de hand liggende mogelijkheid is dat je met betere inzichten in bedrijfsinformatie ook tot betere salesinspanningen kunt komen doordat je 'met scherp kunt schieten'. Maar de voordelen van het gebruik van data liggen nadrukkelijk op een veel breder terrein. Wielaard en Klous schrijven in hun boek *Wij Zijn Big Data*:

*Big Data is meer dan een nieuwe technologie of concept. Het biedt in alle denkbare sectoren en branches mogelijkheden om ons op een andere manier te organiseren, vooruitgang te boeken en dingen te doen die tot voor kort simpelweg niet mogelijk waren. Veel mensen denken bij de term Big Data direct aan bedrijven die nog meer aan hun klanten willen verkopen door alles over hen te weten te komen. Dat is echter maar één kant van de medaille; een kant waar we in dit boek zeker ook op terugkomen. We willen ook laten zien dat Big Data maatschappelijke problemen op kan lossen en ons leven kan veranderen. We kunnen er mensenlevens mee redden. We kunnen onderhoud beter en goedkoper plannen. We kunnen de verkeersveiligheid verhogen. We kunnen de opbrengsten in de landbouw verhogen. We kunnen hulpbehoevende ouderen een beter leven bieden. We kunnen de wereld verduurzamen. We kunnen een revolutie ontketenen in medische diagnoses en behandelingen. We kunnen de betaalveiligheid verhogen. We kunnen de sportieve prestaties van een team verbeteren. Of we kunnen de filedruk verminderen.*

In essentie is de belofte van (big) data heel simpel: Wie de beste informatie heeft, kan de beste beslissingen nemen, op welk vlak dan ook. Doktoren kunnen betere diagnoses stellen. Cfo's kunnen beter voorspellen waar kansen en risico's liggen door de informatievoorziening te transformeren van descriptive naar prescriptive. En zo is voor elke beroepsgroep een toepassing te formuleren.

Dat gaat echter niet vanzelf.

Er is weliswaar een rijkdom aan nieuwe technologie beschikbaar. Maar die technologie werkt vooral goed als er sprake is van uniformering van systemen en standaardisering van data, als er zo weinig mogelijk 'olifantenpaadjes' en uitzonderingen zijn. Juist doordat veel organisaties hun systemen in de cloud zetten en systemen uniformeren gaat het de afgelopen jaren rap op dat front.

## 3 Welke partijen kunnen een rol spelen in de strijd om de bedrijfsdata?

Voor deze verkenning richten we ons specifiek op drie partijen:

### 3.1 Softwarebedrijven

Nu boekhoudingen steeds meer in de cloud worden gedaan, hebben de softwarebedrijven die deze boekhoudingen verzorgen ook relatief eenvoudige mogelijkheden om grootschalige hoeveelheden data te analyseren en daaruit inzichten te verkrijgen voor ondernemers (of andere partijen). Met name voor mkb-bedrijven kan het aantrekkelijk zijn dat softwareontwikkelaars de rol van data-scientist kunnen invullen of in elk geval de tooling daarvoor kunnen aanreiken. Grote bedrijven hebben vaak eigen specialisten in huis om (financiële) data te analyseren, kleinere ondernemingen missen de schaalgrootte om dat zelf te doen.

Een belangrijke factor in de analyseerbaarheid van financiële data is dat er een jarenlange historie is van verschillende grootboekschema's. Het referentie grootboekschema (RGS) – waaraan een expertgroep al jaren werkt – moet daar een eind aan maken en functioneren als een standaard die op zichzelf kan worden gebruikt en tevens als 'universele verloopstekker' kan dienen die verschillende schema's eenduidig aan elkaar koppelt. RGS vertaalt grootboekschema's met eigen nummers dan naar standaardcodes en geeft daarmee een impuls aan de kwaliteit van de gegevens.

De mogelijkheden voor deze softwarebedrijven om relevante inzichten uit data te halen groeien als gevolg van het feit dat steeds meer bedrijven hun administratie niet in-house doen maar deze hosten op een platform van een softwarebedrijf. Daarmee komt de data op eenvoudige wijze beschikbaar en is deze gestandaardiseerd.

Dát softwarebedrijven mogelijkheden zien om 'bovenop de data' te zitten is in de markt duidelijk zichtbaar. Exact positioneert zich bijvoorbeeld – naast automatiseerder – steeds meer als een 'datahub' en als 'de datascientist van het mkb'. En Visma is op tamelijk agressieve wijze bezig 'kralen te rijgen'. Na eerder al onder meer Raet en Pinkweb te hebben geacqui-

reerd werd dit voorjaar ook Nbrs toegevoegd. Insiders speculeren erop dat het Visma – in handen van een investeringsgroep – vooral te doen is om het aan elkaar knopen van alle databronnen die deze overnames opleveren. Zoals Google met een breed portfolio aan diensten de ongekroonde koning van de persoonlijke data werd, zo zou Visma dat de komende jaren nastreven voor bedrijfsdata. Dat roept ook identieke vragen op als bij de ‘verzamelwoede’ van Google: als je klant wordt bij een van de Visma-bedrijven, wat gebeurt er dan met de data?

#### Voorbeeld: Exact als alternatief voor het CBS

De Exact mkb-monitor – een initiatief ontstaan vanuit een interne hackathon – is volgens het bedrijf even nauwkeurig én actueler dan andere soortgelijke statistieken over de Nederlandse mkb-economie, op basis van geanonimiseerde informatie uit ruim 340.000 Nederlandse administraties (de klanten van Exact Online). Een algoritme aggregereert de cijfers (inclusief vertaling naar de RGS-standaard) waarna een betrouwbaar beeld ontstaat van de ontwikkelingen in de Nederlandse economie. Die vertaling naar de RGS-standaard is nodig omdat grootboekrekeningschema’s van boekhoudingen verschillend kunnen zijn: een analyse heeft pas zin als er ‘appels met appels worden vergeleken’.

Theoretisch zou Exact hiermee ook realtime inzichten kunnen bieden in hoe het bedrijfsleven presteert – inzichten die bijvoorbeeld bij het begin van de COVID-19-crisis een belangrijke rol zouden kunnen spelen in belangrijke beslissingen. Het bedrijf houdt tot dusver echter bewust een vertraging van drie maanden aan in de dashboards, omdat administraties niet altijd actueel zijn. Zo kan de betrouwbaarheid van de informatie worden geborgd. Exact stelt zelf dat de analyse dan nog steeds actueler is dan de analyse van het CBS.

Momenteel kunnen individuele klanten van Exact de resultaten uit de monitor gebruiken om zich een beeld te vormen van hoe het ervoor staat en een adequate, gegronde strategie te formuleren. In de toekomst wil Exact ook steeds meer mogelijkheden ontsluiten voor individuele bedrijven, daarbij ook gebruikmakend van kunstmatige intelligentie. Desgevraagd benadrukt men wel dat Exact geen adviesbedrijf wil worden, maar zich richt op het leveren van de (slimme) tooling voor bedrijven/organisaties en adviseurs.

### 3.2 Gespecialiseerde (research)bedrijven

Gespecialiseerde bedrijven verzamelen via alle denkbare kanalen informatie die kan worden gebruikt voor betere beslissingen. Voor een deel gaat het daarbij om nieuwe toetreders. Zo helpt de Finse startup Vainu sinds 2014 bij het verbeteren van verkoopinspanningen door bedrijven te ondersteunen met de juiste tooling. Wat deze tooling doet is het structureren van open en publiek beschikbare gegevens en het verbinden daarvan met een openbare database van geregistreerde entiteiten in elke markt. Deze informatie wordt geïntegreerd beschikbaar gesteld in het CRM-systeem van de organisatie, zodat salesprofessionals met de beste maatwerkinformatie kunnen werken. Feitelijk leest de software Vainu wat er over bedrijven op internet wordt geschreven om potentiële kopers en behoeften beter te begrijpen. Met de juiste modellen kunnen ze dan begrijpen waar een bedrijf doorheen gaat en hun behoeftes betrouwbaar voorspellen.

Ook vanuit de hoek van credit-raters is er sprake van vernieuwing. Een *sign of the times* is dat kredietbeoordelaar Moody’s enkele jaren geleden drie miljard euro op tafel legde voor Bureau Van Dijk, een bedrijf dat data verzamelt over bedrijven. De belofte van dit bedrijf laat aan duidelijkheid weinig te wensen over en laat ook zien dat de diensten voorzichtig aan schurken tegen die van accountantskantoren: *‘Welcome to the business of certainty’*; zo valt namelijk te lezen, gevolgd door: *‘We capture and treat private company information for better decision making and increased efficiency.’*

#### Voorbeeld: kleine specials

Verder zijn er nog tal van gespecialiseerde partijen die op onderdelen nieuwe mogelijkheden ontwikkelen op basis van (toegang tot) bedrijfsdata. Een voorbeeld is Lox, een startup die is ontstaan als spin-off van het Nederlandse bedrijf Helloprint. Dat bedrijf verzorgt jaarlijks zevenhonderdduizend digitale drukwerkopdrachten en ontwikkelde de afgelopen jaren inhouse een geautomatiseerde manier om de factuurdata van de pakketbezorgers te controleren met de verzendgegevens van het eigen platform. Dat bleek voor deze grote kostenpost zo’n succes – met aanzienlijke besparingen – dat spin-off Lox het concept nu aanbiedt aan andere partijen op no cure no pay basis: de besparingen op de verzendkosten worden gedeeld. Er is niet veel fantasie voor nodig om voor te stellen dat dergelijke partijen een mooie add-on zouden kunnen zijn voor de wat grotere softwarehuizen.

Een ander voorbeeld – ook uit Nederland – is Actuals.io. Deze biedt een oplossing waarbij eigenlijk een ‘sensor’ op systemen van bijvoorbeeld maaltijdbezorgers wordt geplakt om buiten het systeem om zekerheid te krijgen over bijvoorbeeld de omzet. Die sensor tapt dan de data af van bijvoorbeeld het bestelplatform, de payment provider en de financiële administratie en komt in deze driehoek tot een automatische verificatie en/of analyse van verschillen. Primair ten behoeve van de controllers van het bedrijf, maar secundair ook ten behoeve van de controlerend accountant die hierop kan bouwen. Het unieke daarvan is dat ze daarmee eigenlijk helemaal om de organisatie van de klant heen werken.

### 3.3 Accountantskantoren

Nu accountantskantoren de administraties van hun klanten steeds meer standaardiseren en deze in de cloud uitvoeren kunnen zij ook allerlei informatie genereren die vroeger heel lastig was te verkrijgen. Ze kunnen daarmee bijvoorbeeld de stap maken van jaarwerk – de periodieke verantwoordingsinformatie – naar stuurinformatie waaraan ondernemingen ook echt wat hebben. En dat leidt weer tot allerlei nieuwe adviesmogelijkheden. Er zijn toepassingen denkbaar op het vlak van onder meer benchmarking, het inschatten van kredietrisico's, de risicoanalyse van fraude, voorspellingen over cash flows, het doorrekenen van (crisis)scenario's en tal van andere toepassingen.

Kantoren kunnen daarbij ook buiten hun eigen klantenkring zoeken om de hoeveelheid beschikbare data te vergroten. Het is denkbaar dat ze daartoe samenwerking met softwarebedrijven aangaan. Het is ook denkbaar dat (kleine) kantoren de data (geaggregeerd en/of geanonimiseerd) verkopen aan collega (grotere) kantoren.

Een interessant initiatief is de startup Avenir die in de Canadese markt via een abonnementenmodel technologie voor de samenwerking tussen accountant en klant aanbiedt aan accountantskantoren. Het gaat om een initiatief van Deloitte, wat echter op enige afstand van Deloitte is geplaatst en zelfstandig als startup bestaansrecht moet krijgen. Deloitte zou hiermee toegang kunnen krijgen tot data van klanten van andere kantoren, al haast de cto zich in een interview<sup>2</sup> naar aanleiding van een data-breach te stellen dat Avenir is losgekoppeld van Deloitte: *'We host the data, and it's completely separate from where Deloitte hosts their data. Data security is one of our most important governing principles. In conversations with auditors and clients, it's top of mind that the data is secure. Basically all of our customer and application data is encrypted whenever it's being transmitted between our servers or with a customer device.'*

#### Voorbeeld: BDO

BDO werkte afgelopen jaren aan een platform om data uit de administraties van klanten op een verantwoorde manier te ontsluiten. Dat betekent onder meer het opzetten van een goede technische infrastructuur maar ook het voldoen aan de uitgangspunten die er wettelijk zijn ten aanzien van het gebruik van data (onder meer gebaseerd op doelbinding). Dat platform past in de strategie van BDO om de ondernemer meerwaarde te bieden met informatie die zinnig is voor de besluitvorming en dit ook de facto de standaard te maken van de dienstverlening.

Het platform draait al en laat onder meer zijn waarde zien in benchmarking van filiaalbedrijven waar tal van analyses op de actuele performance kunnen worden gedaan. Maar ook op andere fronten heeft het platform zich bewezen. Direct na het uitbreken van de COVID-19-crisis kon BDO de impact van deze crisis laten zien aan ondernemers. Ook werd direct een tool ontwikkeld waarmee ondernemers konden berekenen hoeveel tegemoetkoming ze konden claimen op grond van de zogeheten NOW-regeling.

Nu het platform eenmaal staat wordt er continu doorontwikkeld met nieuwe toepassingen. Een wat exotischer voorbeeld daarvan is dat het mogelijk is om te voorspellen hoe lang een kandidaat voor een nieuwe functie zal aanblijven op basis van gegevens zoals hoogte van salaris, woon-werkafstand en andere factoren. Dergelijke predictive analytics zullen in de toekomst nader worden ontwikkeld.

## 4 Kunnen we met bedrijfsdata op andere wijze zekerheid over informatie krijgen?

Een accountant verschaft in zijn rol als controlerend accountant zekerheid bij informatie, ten behoeve van het maatschappelijk verkeer. Dat is een gereguleerde taak.

De vraag komt echter op of (een bepaalde mate van) zekerheid ook door andere – niet gereguleerde – partijen is te geven en wat dat zou betekenen. De eerdergenoemde pay-off van Bureau van Dijk *'welcome to the business of certainty'* geeft een indicatie daarvan.

Het is zeker denkbaar dat er op een andere wijze zekerheid over informatie kan ontstaan, juist doordat er een overvloed aan informatie beschikbaar is. De klassieke tegenwerping is dat zolang we niet weten of de onderliggende data betrouwbaar is (datakwaliteit, een belangrijk onderwerp voor het auditvak) dat we dan geen enkele zekerheid kunnen geven.

Toch is dat maar de vraag.

Dat heeft alles te maken met de exponentiële groei in de hoeveelheid beschikbare data. Hoe meer data er – uit verschillende bronnen – beschikbaar is, hoe beter de mogelijkheden worden om met waarschijnlijkheidsanalyses vast te stellen of die data afdoende betrouwbaar is, stellen Klous en Wielaard.

Het sluit aan op het mantra van Google: quantity over quality. De simpele redenering daarbij: fouten in data zijn op te lossen door er meer data aan toe te voegen. Google is er dus niet op uit om de kwaliteit van de oorspronkelijke data te verhogen – en is ook helemaal niet in de positie om dat te kunnen – maar zet in op grotere hoeveelheden data die met de juiste algoritmes kunnen worden gecombineerd en zo op betrouwbaarheid zijn te toetsen. In zekere zin bestaat datakwaliteit in die benadering niet meer. In de plaats daarvan komt een toetsing op waarschijnlijkheid.

Theoretisch zijn er twee soorten fouten in data mogelijk: statistische fouten en systematische fouten. Deze twee fouten kunnen bekend of onbekend zijn, symmetrisch of asymmetrisch. Stuk voor stuk zijn ze oplosbaar door het toevoegen van meer data. Mits we de veronderstelling loslaten dat het niet gaat om het vinden van een exacte uitkomst – wat toch al volstrekt onhaalbaar was – maar om het doen van goede voorspellingen.

Dat principe is zelfs door te trekken naar een fundamentele verandering in onze mediaconsumptie: vroeger lasen we een krant of een andere bron en namen de informatie daarin, bij gebrek aan beter, voor 'waar' aan. Nu staan we voor de uitdaging onze eigen waarheid bij elkaar te zappen in een overvolle mediawereld. Dat vraagt om het combineren van bronnen en het maken van een waarschijnlijkheidsanalyse.

Hoe dan ook, in de nieuwe wereld is datakwaliteit voor sommige zaken minder relevant. Neem bijvoorbeeld het rapporteren van maandresultaten. Daarbij is de exactheid van de onderliggende data niet belangrijk, maar het overall beeld wel. Het aloude credo *rubbish in, rubbish out* is dan niet langer van toepassing. En in sommige gevallen is het mogelijk om te spreken van *rubbish in, gold out*. In plaats van een kostbare aanpak van datakwaliteit kan dan worden ingezet op waarschijnlijkheidsanalyse door het combineren van grote hoeveelheden data uit een veelheid van interne en externe bronnen.

Dat is waarschijnlijk even wennen voor accountants. Want dat is een enorme verandering in denken.

Wat niet verandert: financiële markten - en de maatschappij in algemene zin - hebben behoefte aan betrouwbare informatie. Maar dat hoeft niet noodzakelijkerwijs voort te komen uit (wettelijk gereguleerde) accountantscontrole. Techgiganten als Google of Microsoft zouden vanuit hun omvang en investeringsvermogen hierop kunnen inspringen en ook andere partijen melden zich zoals hiervoor betoogd in het gevecht om die data. Zij zijn – in tegenstelling tot accountantskantoren – niet gereguleerd.

### Toekomstige evolutie van controletechnieken

Hoe zou de ontwikkeling van controletechnieken door auditors eruit kunnen zien? Het is goed mogelijk dat het 'hoe' van de controle de komende jaren evolueert onder invloed van data science. Audit evidence kan daarmee op verschillende manieren objectief worden verkregen. De methodologie kan omgaan met confirming en disconfirming evidence en de auditor is minder geneigd alleen die werkzaamheden uit te voeren die confirming evidence opleveren.

Stap 1 in die richting zou zijn om meer te steunen op Substantive Analytical-procedures. Een belangrijke en lastige stap is dat regelgevers en toezichthouders wereldwijd een eenduidig standpunt moeten ontwikkelen over het bepalen van het 'level of assurance' – voor zowel regressie-achtige technieken als classificatietechnieken. Daarna kunnen substantive analytical procedures worden gecombineerd met risk assessment-procedures. Immers, het enige punt waarop deze twee klassen van methodes zich onderscheiden is het bereikte 'level of assurance'. Als dat laag is, dan spreekt men nu van een risk assessment-procedure, en als het hoog is, dan spreekt men van een substantive analytical-procedure. Zodra het level of assurance objectief kan worden berekend, vervalt het onderscheid.

Stap 2 omvat evidence aggregation. Daarbij komt onder meer de vraag op hoe het zekerheidsniveau op meerdere objecten kan worden gecombineerd, uiteindelijk op jaarrekeningniveau. Een accountantsverklaring kan dan ingaan op de (performance) materiality per jaarrekeningpost, het bereikte level of assurance. Dit geldt tevens voor afgeleide grootheden, zoals tussentotalen en ratios.

## 5 Wie vertrouwen we de bedrijfsdata toe?

Op dit moment is weinig zinnigs te zeggen over hoe de slag om de bedrijfsdata zich precies zal ontwikkelen – en zelfs niet of die slag zich inderdaad zal ontwikkelen.

In algemene zin is duidelijk dat wie de grootste hoeveelheden data ter beschikking heeft daarmee een voorsprong heeft. Want de onder vraag 4 genoemde waarschijnlijkheidsanalyse draait om volume. Bovendien: wie wil inzetten op kunstmatige intelligentie heeft veel data nodig om de modellen te trainen.

Er kan daarbij een nieuw maatschappelijk vraagstuk op tafel komen: wie vertrouwen we de bedrijfsdata toe?

Accountantskantoren lijken ten opzichte van Big Tech en/of andere (software)partijen vooralsnog een vertrouwensvoordeel te hebben. Bedrijven zullen eerder hun data ter beschikking stellen aan accountantskantoren dan aan Big Tech, omdat deze al enkele jaren onder vuur ligt vanwege schandalen rondom misbruik van data. Accountantskantoren hebben weliswaar ook te maken met een vertrouwensprobleem na schandalen, maar dat speelt vooral bij het brede publiek en veel minder in het professionele circuit van commissarissen en bestuurders.

De kantoren staan er goed op waar het gaat om goede governance over data en opereren op dat vlak voorzichtig en doordacht. Bij softwarebedrijven is dat aspect minder zeker. Het denken over data governance – hoe ga ik om met de data van klanten en hoe borg ik de belofte die ik op dat punt doe aan klanten – lijkt daar minder goed ontwikkeld. Politiek leeft dit thema echter nog nauwelijks.

In potentie heeft de accountant hier ook een grote kans. Zodra goede waarborgen rondom de (toegang tot) bedrijfsdata een hot issue wordt zouden kantoren hierop kunnen inspringen door een 'digitale kluis' te bieden. Met zo'n kluis kan een bedrijf dan zelf zeggenschap houden over welke data voor welke toepassing ter beschikking worden gesteld.

Koninklijke Nederlandse  
Beroepsorganisatie  
van Accountants



Antonio Vivaldistraat 2  
1083 HP Amsterdam  
Postbus 7984  
1008 AD Amsterdam

T 020 301 03 01  
E [nba@nba.nl](mailto:nba@nba.nl)  
I [www.nba.nl](http://www.nba.nl)