

THEMA: *MERK*

Tekst: Geert Dekker Beeld: Hollandse Hoogte, ANP

GOEDE GESPREKKEN

ACCOUNTANTS EN DE
HAAGSE LOBBY





Actief, doorlopend en structureel onderhoudt het accountantsberoep contacten met bestuurders, beleidsmakers en politici in Den Haag. Uitleggen, dat is vooral de bedoeling. Lukt dat? “Het is nooit aangetoond dat lobbyen succesvol is.”

Een doos openen om te laten zien hoe donker het daarbinnen is. Volgens sommige lobbyisten is publiciteit over hun werk net zoiets: publieke aandacht voor een lobby zou het effect ervan meteen tenietdoen. Anderen stellen dat elke lobby het daglicht kan verdragen. Mocht dat niet zo zijn, dan heeft men iets te verbergen: omkoping, vriendjespolitiek, corruptie of andere gruwelijkheden.

De tweede school wint terrein, zo blijkt bij een verkenning van wat het accountantsberoep doet om in de Haagse politiek zijn ‘merk’ te beschermen en anderszins zijn belangen te behartigen. Niet dat aarzeling en terughoudendheid helemaal verdwenen zijn. Immers, de incidenten staan helder op het netvlies: de ‘zaak’ rond Ben Bot, bankiers die meeschrijven aan fiscale wetgeving, bijbanen van Eerste Kamerleden. En dan is er ook nog steeds een deel van de publieke opinie dat elke vorm van lobbyen afwijst en elk gesprek tussen een belangen-

organisatie en een Kamerlid, minister of ambtenaar kan aangrijpen voor een publieke woedeaanval. Dat mag onterecht zijn, positieve publiciteit is het niet.

Dus de omzichtigheid is er nog wel en dan met name van de zijde der lobbyisten. Kamerleden anderzijds zijn de discussies en vragen intussen wel gewend. Ze geven desgevraagd aan dat accountants ‘keurig’ lobbyen. “Het ging altijd op een prettige manier. Goede gesprekken, met open vizier en inhoudelijk”, zo weet bijvoorbeeld Arnold Merkies (SP) zich te herinneren uit de periodes dat het accountantsberoep veel politieke aandacht kreeg.

WEERSTAND

Wouter Koolmees (D66) merkte dat de toon in de loop der jaren veranderde. “Tot grofweg 2011 was de manier waarop de branche zijn belangen behartigde niet effectief. Er was alleen maar weerstand, men liet zich niet zien en er werd alleen maar gereageerd op wetgeving. Daarna,



'ONS OVERLEG BETREFT OOK VAAK KNELPUNTEN IN BESTAANDE REGELGEVING, WAAR DE BIJ ONS AANGESLOTEN KANTOREN TEGENAAN LOPEN.'

vanaf 2012, is men zelf aan de slag gegaan met de problemen die er lagen. Men maakte dat ook zichtbaar en dat heeft het contact met de politiek aanzienlijk verbeterd." In het kader daarvan werd Koolmees bijvoorbeeld uitgenodigd door de grote kantoren. "Ik ben bij drie van de vier op bezoek geweest. Men liet zien waar men tegenaan liep, hoe de interne processen verlopen, hoe men de problemen aanpakte. Zo kreeg ik veel beter zicht op wat accountants doen."

Over de sfeer waarin een en ander verliep, is ook Koolmees wel te spreken. "Opdringerig is de accountantslobby zeker niet."

Opdringerigheid zou de sector ook niet passen, zo is de teneur. Enige nederigheid is op zijn plaats. "Indachtig de publieke opinie is onze opstelling bij gesprekken in politiek Den Haag bescheiden en constructief", stelt de woordvoerder van KPMG bijvoorbeeld. Dergelijke gesprekken zijn er geregeld. Ze worden meestal gevoerd door leden van de raad van bestuur. "Bilaterale contacten, die vooral zijn gericht op het herstel van vertrouwen, kennisdelen en samenwerking", aldus KPMG.

Ook PwC geeft aan dat er "voortdurend en op een gestructureerde wijze contact is met beleidsmakers, bestuurders en politici". Dat kunnen persoonlijke afspraken zijn, maar PwC organiseert ook bijeenkomsten. Doel is "te zien hoe men naar ons kijkt, wat men van ons en onze sector verwacht en ook om hen mee te nemen bij de vele zaken waarmee wij bezig zijn, zoals de kwaliteitsagenda en cultuur en gedrag".

MAATSCHAPPELIJKE ROL

Volgens Deloitte zijn de contacten nadrukkelijk wederkerig. "We spreken regelmatig met politici, op ons initiatief of omdat zij ons uitnodigen", aldus de woordvoerder. EY rept daarnaast van "een doorlopende en structurele dialoog" met een brede groep stakeholders "en dus ook met politici en overheid". Dat past bij de maatschappelijke rol van de accountant, stelt EY.

Maar uiteraard vertegenwoordigen de grote kantoren niet de hele beroepsgroep. De stem van kleinere kantoren klinkt in Den Haag nadrukkelijk door via netwerkorgani-

satie SRA, die haar lobbywerk richt op diverse stakeholders in het Haagse, waaronder het ministerie van Financiën. Perswoordvoerder Saskia Danse: "Er is regelmatig overleg met ambtenaren van dat ministerie over de knelpunten die mkb-accountants ervaren in de uitvoering van regelgeving. Soms lukt het om voordat wetgeving van kracht wordt al met de beleidsmakers om tafel te zitten, om te kijken hoe nieuwe regels in de praktijk zullen uitpakken. Dat is het mooiste. Maar ons overleg betreft ook vaak knelpunten in bestaande regelgeving, waar de bij ons aangesloten kantoren tegenaan lopen. Financiën kan dan uitleg geven over hoe zij daarmee in de praktijk moeten omgaan."

COMMUNICEREN

De hele beroepsgroep vertegenwoordigen is het doel van de belangenbehartiging van de NBA, zegt manager public affairs Jan Jaap Boontjes. "Het is wel zo dat veel wetgeving, bijvoorbeeld in het kader van de Wta, is gericht op het deel van de achterban dat werkt bij kantoren met een vergunning voor het uitvoeren van wettelijke controles." Maar kantoor specifieke belangen staan niet op het lijstje van de NBA. "Het staat iedereen vrij andere deelbelangen in Den Haag onder de aandacht te brengen en in de praktijk gebeurt dat dus ook. Wij vinden het wel belangrijk daarover goed te communiceren en wij hebben dan ook periodiek contact met kantoren, ledencommissies en serviceorganisaties, om de belangenbehartiging te bespreken."

Inhoudelijk ziet de NBA voor zichzelf vooral "een informerende en signalerende rol": "Goed uitleggen wat we doen als beroepsgroep en wat de meerwaarde is van de accountant in het maatschappelijk verkeer. Het gaat vaak om complexe dossiers die ook voor politici niet altijd gesneden koek zijn."

BEÏNVLOEDEN

Toch volstaat 'informeren' niet voor een goede lobby, zo vindt Danse (SRA). "Uiteindelijk doe je het natuurlijk toch om beleid te beïnvloeden." Waarmee verder niets mis is, vindt ze. Verschillende maatschappelijke groeperingen moeten toch voor hun verschillende belangen kunnen opkomen?



Joost Berkhout, universitair docent aan de Universiteit van Amsterdam en onderzoeker van belangenbehartiging, is het daarmee van harte eens. "Lobbyen - of belangenbehartiging, het is hetzelfde - is een wezenlijk onderdeel van onze democratie", zegt hij. "Belangenorganisaties maken deel uit van het maatschappelijk middenveld dat mede verantwoordelijk is voor het controleren van de politiek. Informatie leveren om tot goed beleid te komen maakt daar onderdeel van uit."

Aan de hand van lobby's kan worden bepaald of de juiste maatschappelijke problemen op de juiste manier worden geadresseerd en, onder meer, of het wel klopt wat politici zeggen. Lobbyen is zodoende bijna het meest vanzelfsprekende onderdeel van het hele democratische proces. Berkhout: "Belangenorganisaties die zeggen niet te lobbyen, hebben het bij het verkeerde eind. Je bent er toch voor opgericht om de belangen van je leden te behartigen? En of dat nou chemiebedrijven, artsen, bakkers, gehandicapten of milieubewuste burgers zijn, dat maakt in principe niets uit."

EUROPEES ONDERZOEK

Berkhout, een van de weinige Nederlandse wetenschappers die actief is op dit terrein, bestudeert onder meer verklaringen van de verschillen in lobbyactiviteit. "Waarom is de ene sector veel actiever dan de andere? Waarom roept de ene kwestie veel meer lobbyactiviteit op dan de andere? Er zijn politicologische, economische en sociologische modellen om die verschillen te verklaren en ik probeer die modellen te verenigen."

Daarnaast werkt hij mee aan een Europees onderzoek naar belangenorganisaties. In Nederland namen maar liefst 875 organisaties deel aan dat onderzoek. Er werd onder meer in kaart gebracht wie lid zijn van al die organisaties.

"Dat is ook van belang met het oog op die democratische functie", zegt Berkhout. "Als we een beeld hebben van wie lid is van deze organisaties, weten we ook wiens belangen het meest worden vertegenwoordigd. Als sommige groepen veel meer lid zijn van maatschappelijke organisaties dan andere, zou dat kunnen betekenen dat die groepen overgepresenteerd zijn in de politiek."

Voor Nederlandse organisaties werd vastgesteld dat relatief meer ouderen dan jongeren lid zijn van maatschappelijke organisaties, meer mannen dan vrouwen, en voornamelijk hoog opgeleiden. De verdeling naar politieke kleur en naar migratieachtergrond was wel in overeenstemming met het gemiddelde.

Maar betekent dit ook dat ouderen, mannen en hoog opgeleiden beter worden gehoord in de politiek? Berkhout durft het niet met zekerheid te zeggen. Ten eerste zou het ook zo kunnen zijn dat juist groepen die zich niet goed vertegenwoordigd voelen in de politiek eerder lid worden van een maatschappelijke organisatie. Ten tweede hangt 'gehoord worden' in de politiek af van de effectiviteit



'EIGENLIJK WETEN WE NIET ZEKER OF LOBBYEN WEL ZIN HEEFT.'

van de lobby die de desbetreffende organisatie voert. En daar zit de Achilleshiel van het lobbyvak, zo stelt Berkhout. "Het *dirty little secret* van dit onderzoeksterrein is dat het nooit echt goed is aangetoond dat belangenbehartiging succesvol is. Er is wel enig onderzoek naar gedaan, maar dat heeft deze vraag nooit kunnen beantwoorden. Eigenlijk weten we dus niet zeker of lobbyen wel zin heeft."

KRUIMELTJES

Zelf denkt Berkhout dat het aantal succesvolle lobby's inderdaad zeer beperkt is. "En dan gaat het vaak nog niet om de richting van de besluitvorming, maar alleen om de verdeling van de laatste kruimeltjes." De Nederlandse wetgeving rond verplichte roulatie van accountantskantoren is daarvan wellicht een voorbeeld. Politici wilden een termijn van acht jaar, accountants en accountantskantoren waren tegen het voorstel, maar pleitten, 'als het dan toch moest', voor een termijn van tien jaar, in lijn met komende Europese regels. Uiteindelijk werd het tien jaar. Een belangrijk resultaat, of een 'kruimeltje'?

Heeft uitgebreid lobbyen dan eigenlijk helemaal geen zin? Saskia Danse (SRA) wil zover niet gaan. "Het klopt dat je nooit precies de vinger kunt leggen op de invloed die je hebt gehad", zegt ze. "Maar ik weet wel zeker dat als je aandacht vraagt voor een onderwerp, dat altijd betekent dat er meer zal worden nagedacht over dat onderwerp. En dat is goed." ←