

DE VERANDERENDE ROL VAN DE ACCOUNTANT

AMBITIE IMPACT MODEL

STRATEGISCH STUREN OP DUURZAAMHEID,
GERICHT OP EEN TOEKOMSTBESTENDIGE
BEDRIJFSVOERING



AMBITIE IMPACT MODEL

Steeds meer organisaties zijn intrinsiek gemotiveerd om duurzaamheid onderdeel te laten zijn van hun bedrijfsvoering. Hiernaast krijgen organisaties in toenemende mate te maken met (verplichte) regelgeving op het gebied van duurzaamheid die impact heeft op de besluitvormingsprocessen.

Uitdagingen waar organisaties mee te maken krijgen worden hierdoor complexer en onoverzichtelijker. Wet- en regelgeving maakt dat ondernemingen in toenemende mate moeten laten zien hoe hun businessmodel bijdraagt aan de duurzame transitie. Wanneer ondernemingen niet inspelen op fysieke- en transitierisico's, komen bestaande business- en verdienmodellen onder druk te staan.

Dit betekent ook dat de rol van de accountant verandert. Veel mkb-accountants zoeken naar manieren hoe zij duurzaamheid kunnen integreren in hun adviesgesprekken met klanten.

Om mkb-accountants daarbij te ondersteunen is vanuit het lectoraat Futureproof Control van de HAN University of Applied Sciences (HAN) in het kader van een consortium met drie hogescholen en 14 mkb-accountants- en advieskantoren een theoretisch raamwerk ontwikkeld. Het Ambitie Impact Model is een praktisch hulpmiddel dat accountants ondersteunt om duurzaamheidsambities van bedrijven zichtbaar te maken en er gestructureerd over in gesprek te gaan.

OPEN UP NEW HORIZONS.

HAN UNIVERSITY
OF APPLIED SCIENCES

Academie Financieel
Management en Recht

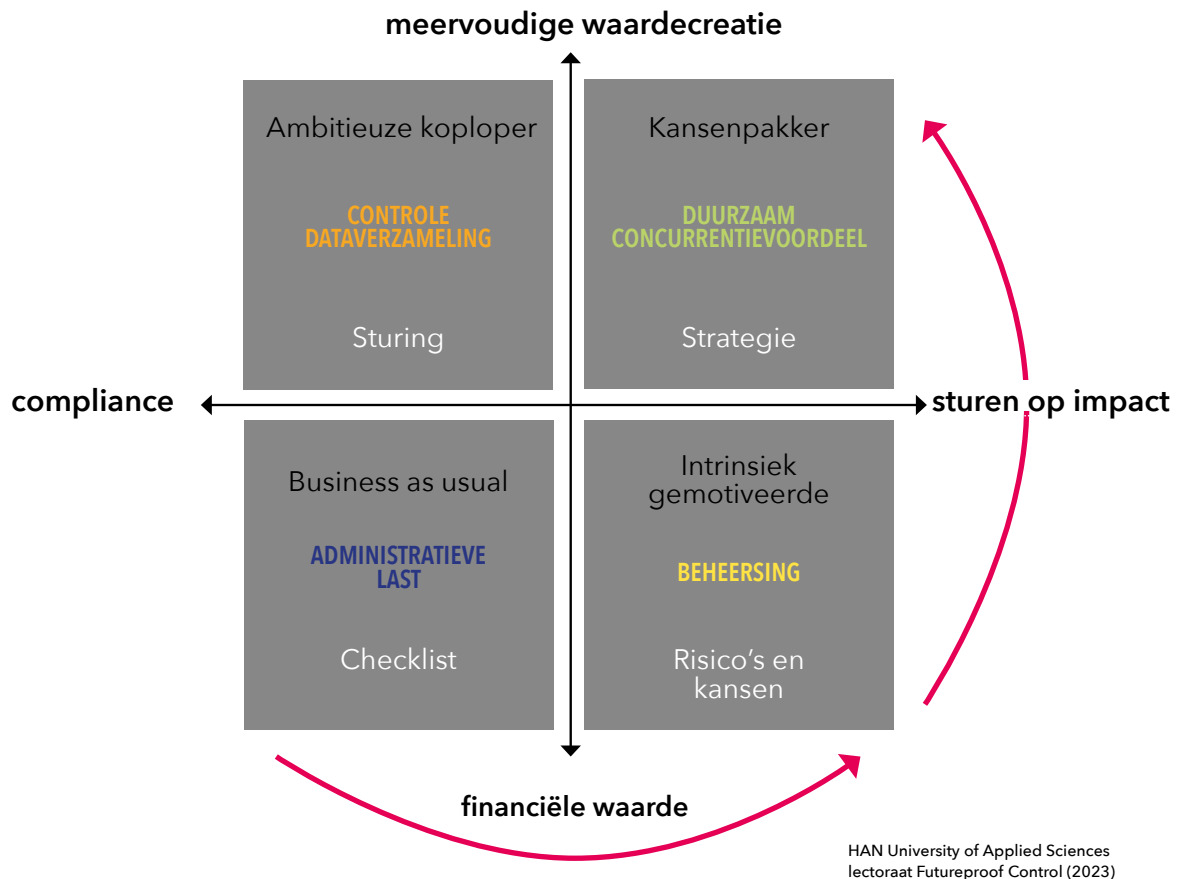
VOOR WIE IS DIT MODEL?

Het Ambitie Impact Model is ontwikkeld voor:

- Accountants die hun rol als adviseur willen versterken.
- Financiële professionals die organisaties begeleiden bij de transitie naar duurzame business- en verdienmodellen.
- Individuele bedrijven die hun ambitieniveau op het gebied van duurzaamheid willen bepalen.

HOUVAST VOOR HET GESPREK OVER DUURZAAMHEID

Het model maakt het voor mkb-accountants makkelijker om duurzaamheid onderdeel te laten zijn van hun advies. Het model bestaat uit 4 kwadranten. Elk kwadrant laat zien waar een organisatie staat op het gebied van duurzaamheid. Hiermee wordt de uitgangspositie bepaald en kan het ambitieniveau bepaald worden.



HOE LEES JE HET MODEL?

Met dit model wordt een organisatie op een bepaalde positie in 1 van de 4 kwadranten gepositioneerd. Dit geeft richting bij het bepalen van het doel, de voorbereiding en de vorm van het adviesgesprek. Ook biedt het inzicht in gespreksonderwerpen die wellicht vermeden moeten worden.

De assen geven de volgende dimensies weer:

- **Horizontale as:** ziet de organisatie regelgeving en duurzaamheid vooral als verplichting, of juist als middel voor transitie?

- **Verticale as:** in welke mate is de organisatie bereid het business- en verdienmodel aan te passen aan gestelde doelen en aan de wensen en behoeften van de belangrijkste stakeholders?

Een juiste positionering van een organisatie geeft richting, structuur en vertrouwen in het adviesgesprek. Hiernaast zorgt het ervoor dat het advies wordt afgestemd op de wens en behoefte van de organisatie.

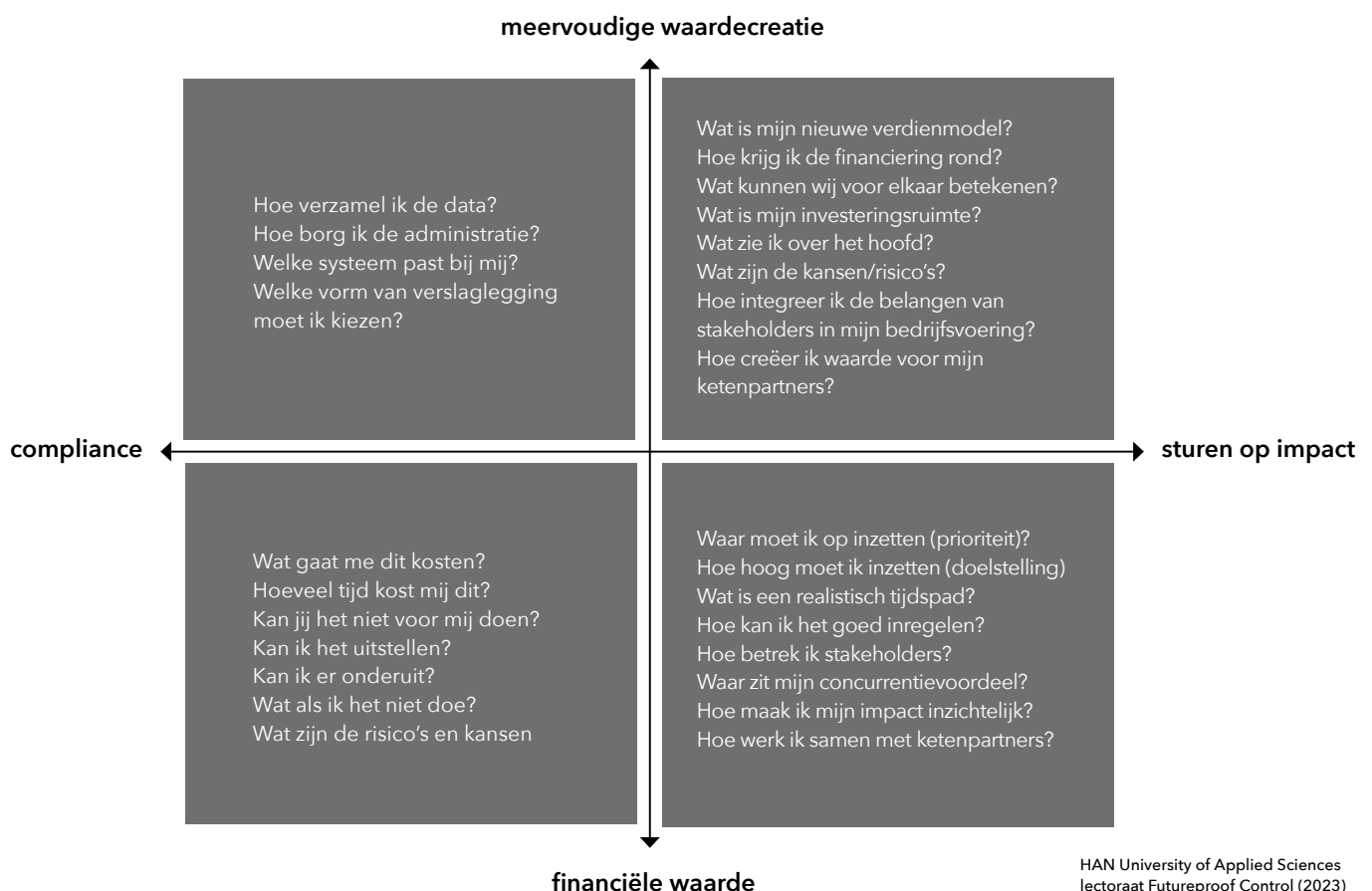
KARAKTERISTIEKEN

Per kwadrant zijn de karakteristieken van de organisaties als volgt beschreven:

BUSINESS AS USUAL	INTRINSIEK GEMOTIVEERDE	KANSENPAKKER	AMBITIEUZE KOPLOPER
Voor deze ondernemingen is duurzaamheid (nog) geen prioriteit. Soms ontbreekt de tijd of het geld, soms wordt de meerwaarde niet gezien. Toch lopen ook zij risico's als ze niets doen: financiële risico's, maar ook transitierisico's zoals CO ₂ -beprijzing en strengere regelgeving, én fysieke risico's zoals hittestress of overstromingen. Het gesprek gaat hier vaak over bewustwording en het in kaart brengen van de gevolgen van stilstand.	Dit type onderneming weet dat een toekomstbestendig verdienmodel meer vraagt dan alleen financiële waarde: ook sociale en ecologische waarden tellen mee. De eerste stappen zijn gezet, maar vaak ontbreekt nog de structuur om lange termijn waardecreatie te borgen. In deze fase is er behoefte aan het aanscherpen van missie, visie en ESG-strategie zodat de (investerings)beslissingen op een gestructureerde wijze worden genomen. Ook het betrekken van stakeholders en inzicht krijgen in de hele waardeketen wordt steeds belangrijker.	Deze onderneming werkt al vanuit een duurzame gedachte of heeft (deels) een duurzaam aanbod van producten en diensten. Een ondernemer heeft in deze fase behoefte aan verdieping: samenwerking in de waardeketen en actieve betrokkenheid van stakeholders. Dit heeft impact op de missie, visie en strategie van het bedrijf. Een ondernemer moet open staan om zijn businessmodel en strategie aan te passen als blijkt dit meerwaarde oplevert voor de belangrijkste stakeholders.	Deze onderneming is opgericht om een maatschappelijk, sociaal of wetenschappelijk doel na te streven. Ethisch handelen, intrinsieke motivatie en morele verantwoordelijkheid voor mens, milieu en maatschappij zijn belangrijke kernwaarden. Er wordt gewerkt vanuit een duidelijke missie, maar de strategie en visie zijn niet altijd concreet uitgewerkt. De organisatie heeft vaak behoefte aan ondersteuning bij verslaglegging en dataverzameling om haar impact inzichtelijk te maken.

UITDAGINGEN VAN ONDERNEMERS

Bij de validatie van het model is bij accountants opgehaald welke uitdagingen zich per kwadrant kunnen voordoen (niet limitatief).



DOORONTWIKKELING

De volgende stap is dat dit model verder geoperationaliseerd wordt als praktisch hulpmiddel voor integrale adviesgesprekken voor accountants. Hiervoor is de HAN een samenwerking aangegaan met de Koninklijke Nederlandse Beroepsorganisatie van Accountants (NBA) en met de Samenwerkende Registeraccountants en Accountants-Administratieconsulenten (SRA).

Wil je hier meer over weten? Of alvast met ons sparren hoe dit model jouw accountantskantoor kan ondersteunen? Neem gerust contact met ons op.

✉ arnold.wijbenga@han.nl

☎ 06 1511 2713



**'Financiële prestaties staan
niet meer gelijk aan duurzaam
ondernemerschap.'**



**OPEN UP
NEW
HORIZONS.**