

De kwaliteit van maatschappelijke verslagen in Nederland

Nancy Kamp-Roelands en Dick de Waard¹

SAMENVATTING In dit artikel worden de kwaliteitsaspecten van maatschappelijke verslaggeving besproken aan de hand van de uitkomsten van een onderzoek naar de kwaliteit van Nederlandse maatschappelijke verslagen. De gehanteerde kwaliteitsaspecten die besproken worden, zijn relevantie, vergelijkbaarheid, begrijpelijkheid en betrouwbaarheid. Daarnaast wordt ingegaan op de transparantie over de dialoog met stakeholders.

RELEVANTIE VOOR DE PRAKTIJK Ondernemingen formuleren beleid en rapporteren over de prestatie in dit beleid, zowel via financiële als niet-financiële informatie. De hoeveelheid informatie over maatschappelijke prestaties neemt toe, maar kan dit ook worden gezegd van de kwaliteit? Dit artikel geeft inzicht in de verschillende aspecten van Nederlandse maatschappelijke verslagen en er worden aanbevelingen gedaan om de informatiewaarde te verhogen.

1 Inleiding

Aandeelhouders, de consument en andere belanghebbenden van een onderneming verlangen steeds meer openheid van ondernemingen over milieu- en sociale aangelegenheden. De toenemende vraag van stakeholders en de toenemende regelgeving ten aanzien van de informatieverstrekking over deze onderwerpen zorgen ervoor, dat steeds meer ondernemingen een maatschappelijk verslag of een uitgebreide toelichting in hun jaarverslag publiceren. Toch is de externe informatiebehoefte niet de enige reden om een maatschappelijk verslag of een uitgebreide toelichting te publiceren. Het 'biedt de rechtspersoon ook de mogelijkheid om door middel van zijn handelen zijn maatschappelijke betrokkenheid vanuit ondernemingsdoelstellingen te laten zien.' (RJ, 2003a).

Het maatschappelijk jaarverslag geeft informatie over de wijze waarop maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) in de organisatie is verankerd. Prestatie-indicatoren en voorbeelden geven inzage in de feitelijke prestaties van

de onderneming en schetsen projecten, dilemma's of initiatieven op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Er is geen verplichting voor een maatschappelijk verslag. De ondernemingen die een maatschappelijk verslag publiceren, kunnen gebruikmaken van verschillende richtlijnen. De meest toonaangevende zijn de richtlijnen van het *Global Reporting Initiative*² (hierna GRI). In Nederland heeft de Raad voor de Jaarverslaggeving op verzoek van het ministerie van Economische Zaken een handreiking gepubliceerd voor maatschappelijke verslaggeving (RJ, 2003b). De richtlijnen voor de inhoud van het maatschappelijk verslag zijn nog volop in ontwikkeling, waardoor de inhoud van de huidige maatschappelijke verslagen sterk uiteenloopt. Hoewel er verschillende onderzoeken zijn naar de inhoud van maatschappelijke verslaggeving, zijn er nog geen onderzoeken gepubliceerd over de kwaliteit van maatschappelijke verslaggeving. De kwaliteit zorgt juist voor de informatiewaarde van het verslag. Daarom is onderzoek verricht in hoeverre AEX-genoteerde ondernemingen een maatschappelijk verslag opstellen, dat voldoet aan de kwaliteitseisen zoals die gedefinieerd zijn in richtlijnen inzake maatschappelijke verslaggeving. In paragraaf 2 schetsen we de context van de maatschappelijke verslaggeving en de kwaliteitsaspecten van maatschappelijke verslaggeving. Daarna beschrijven we in paragraaf 3 de aanpak van het onderzoek naar de kwaliteit van de Nederlandse maatschappelijke verslagen. Vervolgens worden in de paragrafen 4 tot en met 7 de diverse kwaliteitsaspecten behandeld, aan de hand van uitkomsten van het empirisch onderzoek. We besluiten in paragraaf 8 met een conclusie en een afrondende beschouwing.

2 Context maatschappelijke verslaggeving

Het schetsen van de context van de maatschappelijke verslaggeving begint bij de definiëring van het begrip maatschappelijke verslaggeving.

'Door middel van het maatschappelijk verslag wordt een beeld gegeven van het maatschappelijk verantwoord ondernemen door de organisatie.' (RJ, 2003a). De Hand-

reiking voor Maatschappelijke Verslaggeving van de Raad voor de Jaarverslaggeving (RJ, 2003b) geeft als doelstelling voor maatschappelijke verslaggeving: 'het informeren van belanghebbenden (stakeholders) en het verantwoording afleggen over maatschappelijke verantwoordelijkheden. Stakeholders kunnen deze informatie gebruiken ten behoeve van hun oordeels- en besluitvorming. Het maatschappelijk verslag biedt tevens een uitgangspunt voor de dialoog tussen ondernemingen en hun stakeholders.'

'In het maatschappelijk verslag wordt informatie gegeven over de economische, milieu- en sociale aspecten van de organisatie en de effecten van de bedrijfsvoering op de maatschappij.' Voor de definiëring van het begrip voor Controle- en overige Standaarden 3410N (hierna COS 3410N)³ is aansluiting gezocht bij deze doelstelling: 'Maatschappelijk verslag: een verslag waarin een verslaggevende organisatie aan relevante groepen van stakeholders informatie geeft en verantwoording aflegt over economische, milieu- en sociale aspecten van de organisatie en de effecten van de bedrijfsvoering op de maatschappij. Het maatschappelijk verslag biedt hierdoor ondermeer een uitgangspunt voor de dialoog tussen de organisatie en de door haar beoogde groepen van stakeholders.' (NIVRA, 2007)

Ondernemingen kunnen op verschillende manieren verslag doen van hun maatschappelijke aspecten. De Raad voor de Jaarverslaggeving beveelt in Richtlijn 400 aan om 'over maatschappelijke aspecten van het ondernemen te rapporteren in het jaarverslag of in een afzonderlijk document of in zowel het jaarverslag als een afzonderlijk verslag.' In het afzonderlijke verslag wordt meer gedetailleerde informatie verwacht dan in het jaarverslag. (RJ, 2003a). In de praktijk wordt ook steeds vaker gebruik gemaakt van internet. In sommige gevallen wordt een samenvatting als *hardcopy* verstrekt, met overige informatie op internet. Soms is het maatschappelijk verslag slechts beschikbaar in digitale vorm op internet.

De kwaliteitskenmerken van het maatschappelijk jaarverslag zijn onder andere gedefinieerd in de Handreiking voor Maatschappelijke Verslaggeving van de Raad voor de Jaarverslaggeving (RJ, 2003; Kamp-Roelands, 2002) en zijn gebaseerd op het raamwerk voor verslaggeving van de International Accounting Standards Board (IASB, 1989). Het Global Reporting Initiative (GRI) heeft deze kwaliteitskenmerken weer uitgesplitst (GRI, 2006), waarbij soms een andere naam voor het kenmerk wordt gehanteerd. Zo wordt bij betrouwbaarheid uitsluitend verwezen naar het toetsbaar zijn van informatie. Uit tabel 1 blijkt dat de kwaliteitskenmerken van GRI (2006) voor wat betreft inhoud vrijwel geheel overeenkomen met die van die van de RJ (2003b). De kenmerken relevantie en betrouwbaarheid zijn verder opgesplitst bij GRI. Ook blijkt het identifi-

ceren van belanghebbenden en het in het verslag verklaren hoe is ingegaan op hun redelijke verwachtingen en belangen, verder uitgewerkt te zijn in GRI dan in de Handreiking van de RJ. Het beeld moet representatief zijn voor de werkelijke situatie in het bedrijf.

In tabel 1 (p. 533) zijn de diverse kwaliteitskenmerken naast elkaar gezet.

3 Het onderzoek

Voor inzicht in de kwaliteit van de Nederlandse maatschappelijke verslagen zijn de kwaliteitskenmerken van de Handreiking voor Maatschappelijke Verslaggeving van de Raad voor de Jaarverslaggeving (2003b) gehanteerd. De onderzoeksvraag was: in hoeverre voldoen maatschappelijke verslagen in Nederland aan de kwaliteitseisen zoals in de Handreiking gedefinieerd?

Voor het beoordelen van de kwaliteit van de maatschappelijke verslagen is het van belang dat de kwaliteitskenmerken toetsbaar worden gemaakt. Wanneer is iets relevant of begrijpelijk? Voor het toetsbaar maken van de kwaliteitskenmerken is, indien van toepassing, aansluiting gezocht bij de nadere invulling zoals deze in GRI G3⁴ richtlijnen is weergegeven (GRI, 2006).

Voor het onderzoek zijn alle AEX-genoteerde ondernemingen van maart 2006, en de koplopers en achtervolgers⁵ uit de Transparantiebenchmark 2006 (Ministerie van Economische Zaken/PricewaterhouseCoopers, 2006) (voor zover deze al niet al als AEX-fonds meegenomen zijn) geselecteerd. De koplopers en achtervolgers zijn toegevoegd, omdat dit de ondernemingen zijn die het meest transparant zijn in hun maatschappelijke verslaggeving. In totaal bestaat de selectie uit 36 ondernemingen. Van deze 36 ondernemingen hebben er 27 een apart maatschappelijk jaarverslag, de overige negen ondernemingen hebben de informatieverstrekking beperkt tot een toelichting of een apart hoofdstuk in hun jaarverslag bij de jaarrekening opgenomen.⁶

Het onderzoek heeft zich uitsluitend gericht op de verslagen van die ondernemingen die een afzonderlijk maatschappelijk jaarverslag gepubliceerd hebben. Van de 27 uiteindelijk geselecteerde maatschappelijke jaarverslagen betreft het in 63 procent (17 verslagen) een AEX-genoteerde onderneming en in 37 procent (tien verslagen) een onderneming die alleen in de transparantiebenchmark vermeld wordt als koploper of achtervolger.

Ten behoeve van de analyse zijn de volgende stappen gevolgd:

1. het ontwikkelen van een vragenlijst ten behoeve van de inhoudsanalyse waarin nadere beschrijvingen van de kwaliteitskenmerken worden gegeven;
2. instructies aan het team⁷ voor de inhoudsanalyse;

3. pilot test en cross check ten behoeve van consistentie in analyse;
4. noteren van onduidelijkheden en onderling overleg over verwerking ervan.

In de volgende paragrafen worden de uitkomsten verder beschreven.

4 Relevantie

Om nuttig te zijn, dient informatie relevant te zijn voor de oordeel- en besluitvormingsbehoeften van gebruikers. Informatie bezit het kenmerk van relevantie, wanneer zij

het oordeel of de beslissingen van gebruikers beïnvloedt door hen behulpzaam te zijn bij het beoordelen van vroegere, huidige of toekomstige gebeurtenissen of bij het bevestigen of corrigeren van vroegere beoordelingen (RJ, 2003b, par. 4.4). Een maatschappelijk jaarverslag zou alleen informatie moeten bevatten die relevant is voor de gebruikers. Om relevante informatie te kunnen verschaffen, is het nodig inzicht te verkrijgen in de gerechtvaardigde informatiebehoeften van gebruikers waarvoor het maatschappelijk verslag bedoeld is. De dialoog met de stakeholders vervult hierin een belangrijke functie. (RJ, 2003b, par. 4.5)

Tabel 1 Kwaliteitskenmerken

IASB	Handreiking RJ	GRI
Relevantie	<i>Relevantie</i> : de informatie is relevant voor de oordeel- en besluitvormingsbehoeften van gebruikers en beïnvloedt beslissingen van gebruikers.	<i>Materialiteit</i> : de onderwerpen en indicatoren die een beeld geven van de significante economische, milieugerelateerde en sociale gevolgen die de organisatie teweegbrengt, of die aanzienlijk invloed uitoefenen op de beoordelingen en besluiten van belanghebbenden.
	<i>Materialiteit</i> : het weglaten of onjuist weergeven kan de beslissing van de gebruiker beïnvloeden. Het is een drempel of kritische grens.	<i>Betrokkenheid van belanghebbenden</i> : de belanghebbenden identificeren en in het verslag verklaren hoe is ingegaan op hun redelijke verwachtingen en belangen.
	<i>Tijdigheid</i> : de informatie moet tijdig beschikbaar zijn.	<i>Tijdigheid</i> : het verslag moet met regelmatige tussenpozen en tijdig informatie beschikbaar stellen voor beslissingen.
Begrijpelijkheid	<i>Begrijpelijkheid</i> : informatie moet begrijpelijk zijn voor de lezer om onjuiste interpretatie te voorkomen.	<i>Duidelijkheid</i> : informatie moet op zodanige wijze beschikbaar zijn dat deze inzichtelijk en toegankelijk is.
Vergelijkbaarheid	<i>Vergelijkbaarheid</i> : Informatie moet in de tijd vergelijkbaar zijn om ontwikkelingen in de zorg en het beheer van de economische, milieu- en sociale aspecten van de bedrijfsvoering en de op deze gebieden behaalde prestaties te onderkennen.	Onderwerpen en informatie moeten op consistente wijze worden geselecteerd, samengesteld en in het verslag worden verwerkt. Een analyse van jaar tot jaar en ten opzichte van andere organisaties moet mogelijk zijn.
Betrouwbaarheid	Het beeld moet representatief zijn voor de werkelijke situatie in het bedrijf. Alle informatie die nodig is voor een goede beeldvorming moet worden opgenomen. De informatie moet volledig zijn binnen de grenzen die gevormd worden door wat relevant is, rekening houdend met de kosten van verwerving van die informatie.	<i>Volledigheid</i> : de significante economische, milieugerelateerde en sociale gevolgen moeten worden weergegeven. Het verslag moet de lezer in staat stellen de prestaties van de verslaggevende organisatie in de verslaggevingsperiode te beoordelen.
	Er moet informatie worden gegeven over zowel de positieve als negatieve gebeurtenissen. De informatie in het maatschappelijk verslag is onpartijdig, dat wil zeggen: vrij van vooringenomenheid.	<i>Evenwichtigheid</i> : het verslag moet positieve en negatieve aspecten van prestaties weergeven om een doordachte beoordeling van prestaties mogelijk te maken.
	<i>Voorzichtigheid</i> : er moet voorzichtigheid worden betracht bij het vermelden van onzekerheden, zodanig dat informatie niet te rooskleurig wordt weergegeven.	
	De informatie in het maatschappelijk verslag moet in de juiste context worden gepresenteerd	<i>Duurzaamheidscontext</i> : het verslag moet de prestaties van de organisatie weergeven in de bredere context van duurzaamheid.
	De informatie in het maatschappelijk verslag moet vrij zijn van wezenlijke onjuistheden.	<i>Nauwkeurigheid</i> : informatie moet dusdanig nauwkeurig zijn dat belanghebbenden prestaties kunnen beoordelen.
	De informatie moet toetsbaar zijn. Het gaat daarbij om de traceerbaarheid van de informatie, zowel intern als extern. Informatie wordt onderbouwd door onderliggende documenten.	<i>Betrouwbaarheid</i> : informatie en processen moeten toetsbaar zijn, zodat kwaliteit en relevantie bepaald kunnen worden.

De concepten maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) en stakeholdermanagement zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Het afleggen van verantwoording aan en rekening houden met de wensen en verwachtingen van belanghebbenden, wordt vaak als hét uitgangspunt gezien van MVO. Een belangrijk onderdeel van het maatschappelijke jaarverslag is de toelichting op basis van welke criteria stakeholders zijn geïdentificeerd, hoe de dialoog is aangegaan, wat de resultaten hiervan zijn en welke acties zijn ondernomen om tegemoet te komen aan de verwachtingen van de diverse belanghebbende partijen.

4.1.1 Stakeholder-identificatie

Voor het aangaan van de dialoog met de stakeholders dienen eerst de stakeholders te worden geïdentificeerd. De onderneming bepaalt welke groepen belanghebbenden er zijn en welke wel en niet worden betrokken bij de bedrijfsvoering. Aangezien verschillen in stakeholderbenadering kunnen leiden tot een andere selectie, is het van belang dat de onderneming inzicht verschaft in de keuze van benadering. Binnen de stakeholderliteratuur zijn in grote lijnen twee stromingen te onderscheiden: ten eerste de instrumentele benadering die het strategische belang benadrukt, dat wil zeggen: de continuïteit van de onderneming; en ten tweede de normatieve benadering die de morele kant benadrukt (Donaldson en Davis, 1991; De Waard, 2008).

Uit het onderzoek blijkt dat er grote verschillen zijn in de mate waarin ondernemingen stakeholderidentificatie beschrijven. In 71 procent van de maatschappelijke verslagen geven de ondernemingen aan wie zij als hun stakeholders zien, ofwel met wie de onderneming bij haar

bedrijfsvoering rekening houdt. Maar waar is deze selectie op gebaseerd? Spelen hierbij vooral economische criteria een rol (de instrumentele benadering) of wordt tevens vanuit een zeker moreel plichtsgevoel met bepaalde partijen rekening gehouden (de normatieve benadering)? Van de onderzochte verslagen wordt in zeven (25 procent) verslagen de identificatie van stakeholders niet beschreven. In de overige twintig verslagen (75 procent) wordt de stakeholderidentificatie wel beschreven, zij het dat de diepgang verschillend is. In elf verslagen (41 procent) wordt de gekozen benadering gespecificeerd door het stakeholdermanagement te beschrijven of door opname van de gebruikte selectiecriteria.

Dit toont aan dat de benadering die ten grondslag ligt aan stakeholderidentificatie, in het merendeel van de verslagen niet duidelijk naar voren komt. Als gevolg hiervan is de reikwijdte van de maatschappelijke verantwoordelijkheid die de onderneming neemt of wil nemen niet duidelijk uit het verslag af te leiden.

4.1.2 Stakeholderdialoog

In de meeste verslagen wordt door de ondernemingen aangegeven dat de stakeholderdialoog een belangrijk uitgangspunt vormt van het MVO-beleid. Maar hoe dit daadwerkelijk is geïntegreerd in het managementsysteem, is vaak niet inzichtelijk. Stakeholdermanagement is een cyclisch proces. Input van stakeholders wordt gebruikt ten behoeve van een continue verbetering van het beleid van ondernemingen, inclusief dat op het gebied van MVO.

Er zijn verschillende manieren om de dialoog met stakeholders aan te gaan, zoals het uitzetten van enquêtes, het

Tabel 2 Stakeholderdialoog

<i>Hoe is in het verslag op de stakeholderdialoog ingegaan?</i>		
	Aantal	%
a) Per stakeholdergroep wordt aangegeven hoe de dialoog is aangegaan.	11	41%
b) Er wordt algemeen ingegaan op stakeholderdialoog.	13	48%
c) Er wordt niet ingegaan op stakeholderdialoog.	3	11%
Totaal	27	100%

Tabel 3 Kritiek van stakeholders en follow up

<i>Wordt de kritiek van de stakeholders genoemd en wordt follow up aangegeven?</i>		
	Aantal	%
a) Ja, kritiek wordt uitgebreid beschreven en concrete acties worden benoemd.	2	7%
b) Ja, kritiek wordt algemeen beschreven en er wordt summier op acties ingegaan.	7	26%
c) Ja, kritiek wordt algemeen beschreven, maar er is niet aangegeven wat met kritiek is gedaan.	7	26%
d) Nee, er wordt vermeld dat er geen kritiek van stakeholders is.	1	4%
e) Nee, er wordt niets over kritiek van stakeholders vermeld, dus ook niet over acties.	10	37%
	27	100%

afnemen van interviews en overleg met focusgroepen of publieksfora.

Uit het onderzoek blijkt dat de maatschappelijke jaarverslagen niet altijd antwoord geven op de vraag hoe de dialoog met de stakeholders is aangegaan (tabel 2). In drie verslagen komt de stakeholderdialoog in het geheel niet aan de orde. In dertien verslagen wordt algemeen ingegaan op de dialoog tussen de onderneming en haar stakeholders. In elf verslagen wordt per stakeholdergroep aangegeven hoe interactie plaatsvindt. Verslagen die onder deze laatste categorie zijn opgenomen, bevatten bijvoorbeeld een tabel met daarin de vorm en de frequentie van de dialoog per stakeholdergroep.

4.1.3 Stakeholderkritiek

Ondernemingen kunnen niet tegemoetkomen aan alle wensen en verwachtingen van hun belanghebbenden, omdat deze kunnen conflicteren. Er mag wel verwacht worden dat een onderneming serieus ingaat op de input van haar stakeholders en aangeeft wat zij hiermee doet en waarom. Het opnemen van stakeholderkritiek in het maatschappelijke jaarverslag toont aan dat de onderneming openheid en transparantie nastreeft. Vanuit dit oogpunt is geanalyseerd in hoeverre ondernemingen in hun verslag ingaan op de acties die zij ondernemen op basis van stakeholderkritiek.

Uit het onderzoek blijkt dat de mate waarin ondernemingen op stakeholderkritiek ingaan, verschilt (tabel 3). Twee ondernemingen gaan hier uitgebreid op in. Zij nemen een duidelijke tabel op met daarin het commentaar dat zij het afgelopen verslagjaar hebben gekregen. Zo is inzichtelijk wat er met bepaalde kritieken is gedaan.

Tabel 3 toont aan dat de transparantie over acties naar aanleiding van geleverde stakeholderkritiek verbetering behoeft. Stakeholderkritiek en met name acties die op basis van deze kritiek zijn ondernomen, worden nog onvoldoende belicht. Het maatschappelijke jaarverslag lijkt hierdoor een middel dat enkel dient ter informatieverstrekking aan stakeholders, terwijl het ook als interactief medium ingezet kan worden. Wanneer meer specifieke input van stakeholders wordt opgenomen, wordt het ook een verslag van stakeholders en kan een onderneming aantonen dat stakeholderdialoog – van strategie tot rapportage – volledig geïntegreerd is in het managementsysteem.

5 Begrijpelijkheid

Een ander belangrijk kwaliteitscriterium voor een maatschappelijk jaarverslag is de begrijpelijkheid. De informatie in het verslag moet begrijpelijk zijn voor de lezer om onjuiste interpretatie te voorkomen. Dit betekent dat de wijze van presentatie moet zijn afgestemd op de kennis en ervaring van de gebruikers. Een goede vormgeving, een

systematische rubricering van onderwerpen, een helder taalgebruik en het uitleggen van onbekende termen of het opnemen van een verklarende woordenlijst verhogen de begrijpelijkheid (RJ, 2003b, par. 4.2).

Het is belangrijk dat een verslag geen overdadige informatie bevat en dat het goed gestructureerd is. Bovendien moet het duidelijk zijn waar de tabellen en grafieken over gaan. De gemiddelde stakeholder moet het verslag zonder al te veel moeite kunnen lezen en in staat zijn de voor hem of haar relevante informatie eruit te halen.

5.1 Structuur van de verslagen

Ten eerste is de structuur van de verslagen beoordeeld. Van de onderzochte verslagen blijken er vijftien goed gestructureerd te zijn. De kernboodschap is direct uit het verslag af te leiden en het verslag is logisch opgebouwd. Het verslag bevat een duidelijke inhoudsopgave, een hoofdstukindeling naar herkenbare maatschappelijke thema's zoals *People, Planet en Profit*, en een GRI-index. Elf verslagen zijn redelijk gestructureerd. Deze zijn logisch opgebouwd, maar desondanks is de kernboodschap niet direct af te leiden. In veel verslagen zoomt de opgenomen informatie voornamelijk in op de prestatie-indicatoren en de voorbeelden. De kernboodschap is vaak versnipperd in de tekst opgenomen of slechts summier toegelicht. De kernboodschap geeft informatie over de wijze waarop MVO in de organisatie is verankerd en is daarmee de belangrijkste boodschap. Eén verslag is slecht gestructureerd, omdat de samenhang geheel ontbreekt.

5.2 Toegevoegde waarde en begrijpelijkheid grafische weergaven

Een ander aspect dat voor de begrijpelijkheid van belang is, is de vraag of de afbeeldingen en grafische weergaven toegevoegde waarde hebben. Verduidelijken zij de maatschappelijke activiteiten van de onderneming?

In 67 procent van de verslagen kunnen de afbeeldingen en grafische weergaven gekoppeld worden aan de maatschappelijke prestaties van de onderneming. In 33 procent van de verslagen hebben de afbeeldingen en grafische weergaven nauwelijks of geheel geen toegevoegde waarde.

Daarnaast is onderzocht in hoeverre de tabellen en grafieken begrijpelijk zijn (tabel 4). Dit is onderzocht door de kwaliteit van toelichting bij de tabellen en grafieken te beoordelen. Er is gebleken dat in 96 procent van de verslagen de tabellen en grafieken voldoende zijn toegelicht, in die zin, dat duidelijk is waar zij over gaan. Hier moet echter wel aan toegevoegd worden dat uit nadere analyse naar voren is gekomen dat ondernemingen nog te weinig aandacht besteden aan de uniformiteit en verklaringen van definities en gehanteerde meetmethoden. Bij getallen die betrekking hebben op de werknemers is het

bijvoorbeeld niet altijd duidelijk of het om *fte* (*fulltime equivalents*) of aantallen medewerkers gaat. Ook wordt niet expliciet aangegeven in hoeverre de cijfers zijn berekend, gemeten of (gedeeltelijk) op schattingen zijn gebaseerd.

6 Vergelijkbaarheid

In het onderzoek zijn bij het beoordelen van de vergelijkbaarheid van de maatschappelijke jaarverslagen twee hoofdaspecten onderzocht:

- Zijn de prestaties van de onderneming in de loop der jaren te beoordelen? Is de stakeholder in staat zich een beeld te vormen over de geboekte vooruitgang of achteruitgang ten aanzien van MVO?
- Is vergelijking van de MVO-prestaties met andere ondernemingen mogelijk? Deze vergelijking kan worden gemaakt wanneer een onderneming aangeeft dat zij is opgenomen in verschillende benchmarks. De vergelijkbaarheid wordt nog extra verbeterd wanneer ondernemingen bij het opstellen van het maatschappelijke jaarverslag gebruikmaken van algemeen geldende richtlijnen. Global Reporting Initiative (GRI 3) en de Handreiking Maatschappelijke Verslaggeving zijn voorbeelden van algemeen erkende richtlijnen binnen maatschappelijke jaarverslaggeving.

6.1 Vergelijkbaarheid in de tijd

6.1.1 Visie, doelstellingen en key performance indicators

Om te kunnen analyseren of een onderneming in de loop der jaren haar plannen heeft gerealiseerd en vooruitgang heeft geboekt op het gebied van MVO, moeten in ieder geval een duidelijke definitie, visie en strategie ten aanzien van MVO in het maatschappelijk jaarverslag zijn opgenomen. Uit het onderzoek blijkt dat 85 procent (23) van de ondernemingen dit helder in het maatschappelijke jaarverslag hebben weergegeven.

Om een relatie te kunnen leggen tussen beleid en prestaties, moet informatie worden gegeven over concrete doelstellingen die vervolgens in meetbare Key Performance Indicators (KPI's) worden vertaald. Dit lijkt voor MVO veel moeilijker dan bij reguliere terreinen zoals financiële verslaggeving. Hoe kan een onderneming bijvoorbeeld meten wat haar vooruitgang is op het gebied van veiligheid en gezondheid? Hiervoor bestaat veelal geen eendui-

dige definitie. Het is daarom van belang dat een onderneming in haar verslag duidelijk aangeeft hoe de KPI wordt gedefinieerd en hoe de consistentie is gewaarborgd.

Uit de analyse blijkt dat zeventig procent (19) van de ondernemingen de doelstellingen op het gebied van MVO hebben vertaald in (meer of minder) meetbare KPI's, die in de loop der jaren vergeleken kunnen worden. Binnen deze groep bestaat echter wel een aanzienlijk verschil in de eenduidigheid en hoeveelheid van de geformuleerde KPI's.

6.1.2 Consistentie van vergelijkende cijfers

In het onderzoek naar de vergelijkbaarheid is ook onderzocht of de cijfers die in het maatschappelijke jaarverslag over 2005 zijn opgenomen consistent zijn met die in het verslag van 2006. Wanneer ondernemingen in het verslag van 2006 de uitkomsten van 2005 (of de jaren ervoor) hebben aangepast, moet worden aangegeven waarom een restatement van de cijfers en percentages heeft plaatsgevonden. Bijvoorbeeld door in een voetnoot op te nemen dat de aanpassing is gedaan vanwege een wijziging van de definitie of door gewijzigde berekeningsmethoden.

In totaal is 52 procent van de verslagen vergelijkbaar met voorgaand jaar. Bij 48 procent is dit niet het geval. Dit wordt in 26 procent van de gevallen veroorzaakt, doordat de vergelijkende cijfers over 2005 in het verslag van 2006 anders zijn dan die in het verslag van 2005. Hiervoor werd geen reden aangegeven. In vijftien procent van de verslagen blijkt dat de MVO-prestaties 2006 in het geheel niet vergeleken kunnen worden met de uitkomsten van 2005, omdat er geen duidelijke KPI's zijn geformuleerd of omdat de betreffende KPI's substantieel afwijken van het voorgaande jaar. Voor zeven procent van de verslagen geldt dat de vergelijkende cijfers inconsistent zijn, maar is de inconsistentie wel uitgelegd, hetgeen echter niet geleid heeft tot een restatement.

6.2 Vergelijkbaarheid met andere ondernemingen

6.2.1 Benchmarkresultaten

Er bestaan verschillende benchmarkonderzoeken die aangeven hoe ondernemingen presteren op het gebied van MVO en de verslaggeving daarover. De meest bekende voorbeelden daarvan zijn de Dow Jones Sustainability Index, FTSE4GOOD-index, Dutch Sustainability Research en de

Tabel 4 Duidelijkheid tabellen/grafieken

<i>Is het duidelijk waar tabellen en grafieken over gaan/zijn ze goed toegelicht?</i>		
	Aantal	%
a) Toelichting is in tabellen zelf opgenomen.	18	67%
b) Toelichting staat in tekst.	8	29%
c) Er is weinig tot geen toelichting.	1	4%
Totaal	27	100%

transparantiebenchmark van het ministerie van Economische zaken. Uit het onderzoek blijkt dat in een groot deel van de onderzochte verslagen (59 procent) niet wordt verwezen naar relevante benchmarkresultaten.

Naast verwijzingen naar de zojuist genoemde benchmarkonderzoeken kunnen ondernemingen ook resultaten opnemen van sectorspecifieke benchmarks. Deze benchmarks worden veelal door brancheverenigingen of toezichthoudende instanties uitgevoerd. Bij het onderzoek is echter naar voren gekomen dat slechts enkele ondernemingen resultaten van sectorspecifieke benchmarks opnemen.

6.2.2 Richtlijnen voor MVO-verslagen

Voor de implementatie van en de verslaggeving over MVO bestaan verschillende richtlijnen die ondernemingen kunnen hanteren. Wanneer ondernemingen voor de verslaggeving richtlijnen zoals GRI toepassen, vergroot dit de vergelijkbaarheid en daarmee ook de kwaliteit van het verslag. GRI heeft voor diverse branches sectorspecifieke richtlijnen ontwikkeld die als aanvulling op de algemene richtlijnen gebruikt kunnen worden.

Van alle onderzochte verslagen is 93 procent opgesteld op basis van richtlijnen. De meest gebruikte richtlijn is GRI G3 (86 procent van de verslagen), die bij dertig procent van de verslagen nog wordt aangevuld met sectorspecifieke richtlijnen (tabel 5).

7 Betrouwbaarheid

Informatie heeft de eigenschap betrouwbaar te zijn wanneer zij vrij is van wezenlijke onjuistheden en vooroordelen en wanneer het maatschappelijk verslag een juist, volledig en evenwichtig beeld geeft van de werkelijke situatie (RJ, 2003b, par. 4.10).

Om de betrouwbaarheid van een maatschappelijk jaarverslag te kunnen bepalen, moeten de data, processen en systemen, die zijn gebruikt bij het samenstellen van het maatschappelijk jaarverslag, worden getoetst. De meeste stakeholders hebben geen inzicht in deze processen en systemen en zijn aangewezen op de transparantie van ondernemingen hierover in het maatschappelijk jaarver-

slag en de externe assurance van een onafhankelijke deskundige. Hierna bespreken we enkele aspecten die gerelateerd zijn aan de betrouwbaarheid van een maatschappelijk verslag.

7.1 Evenwichtigheid

Met evenwichtigheid van het maatschappelijk jaarverslag wordt bedoeld, dat naast positieve ook negatieve aspecten van de bedrijfsvoering worden genoemd (GRI G3). Zoals maatschappelijke kwesties waarmee de onderneming te maken heeft gehad of het niet behalen van doelstellingen. Het publiceren van een gebalanceerd verslag kan leiden tot meer vertrouwen bij stakeholders. In het onderzoek is beoordeeld of negatieve kwesties en nieuwsfeiten waar ondernemingen mee in de publiciteit zijn geweest, een plaats krijgen in de verslagen.

Uit het onderzoek komt naar voren dat 41 procent van de verslagen een evenwichtig beeld geeft van de bedrijfsvoering en prestaties op maatschappelijk gebied. In 37 procent van de verslagen overheerst echter de positieve berichtgeving en wordt een beperkt aantal negatieve aspecten genoemd. Bij de resterende verslagen (22 procent) wordt niet of nauwelijks gerapporteerd over negatieve aspecten.

Voor de beoordeling of een onderneming een gebalanceerd verslag heeft gepubliceerd ten aanzien van nieuwsfeiten, is aanvullend op het onderzoek naar de inhoud van de maatschappelijke verslagen een mediaonderzoek uitgevoerd. Uit dit onderzoek blijkt dat in twaalf van de 27 onderzochte maatschappelijke jaarverslagen (44 procent) alle belangrijke nieuwsfeiten uit het desbetreffende verslagjaar worden vermeld. In negen verslagen gebeurt dit op een beperkte manier. In zes verslagen gaan ondernemingen helemaal niet in op berichtgeving, terwijl vier van hen wel degelijk in de media zijn geweest met maatschappelijke kwesties zoals fusies, investeringen in dubieuze sectoren en hoge managementbeloningen.

Uit het voorgaande blijkt dat de maatschappelijke jaarverslagen van 2006 in sterke mate worden gebruikt om positieve berichten te melden. Het is een weergave van wat

Tabel 5 Gebruik van richtlijnen

<i>Van welke richtlijnen is er gebruikgemaakt bij het opstellen van het maatschappelijk verslag?</i>		
	Aantal	%
a) Geen richtlijnen.	2	7%
b) GRI G3, inclusief sectorspecifieke richtlijnen.	8	30%
c) Alleen de algemene richtlijnen van GRI G3.	15	56%
d) Andere richtlijnen.	2	7%
Totaal	27	100%

Tabel 6 Transparantie MVO-verslag

Geeft het verslag een evenwichtig beeld van de bedrijfsvoering betreffende MVO?		
	Aantal	%
a) Het verslag geeft een evenwichtig beeld. Positief en negatief zijn in balans.	11	41%
b) Positieve berichtgeving is overheersend. Enkele negatieve aspecten worden benoemd.	10	37%
c) Er wordt (zo goed als) niet gerapporteerd over negatieve aspecten.	6	22%
Totaal	27	100%

Tabel 7 Mate van assurance

Welke mate van assurance wordt verstrekt?		
	Aantal	%
a) Redelijke mate van zekerheid.	2	7%
b) Beperkte mate van zekerheid.	14	52%
c) Combinatie.	1	4%
d) Niet van toepassing.	10	37%
Totaal	27	100%

een onderneming allemaal wel doet op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Het verslag zou daarnaast ook duidelijkheid moeten verschaffen over wat de onderneming niet doet. Het adresseren van maatschappelijke kwesties in het maatschappelijk jaarverslag is gericht op het informeren en afleggen van verantwoording over zaken die zich in en rondom de onderneming hebben voorgedaan. Met uitsluitend positieve berichtgeving ontstaat al snel een *glossy* PR-verslag. Porter & Kramer (2006) schrijven hierover: ‘...glossy CSR reports... supporting a new cottage industry of report writers’ (pag. 81). Door in te gaan op negatieve berichten en bestaande en eventueel toekomstige maatregelen die herhaling moeten voorkomen, toe te lichten, ontstaat een gebalanceerd en informatief verslag.

7.2 Assurance van het verslag

In een paragraaf ‘reikwijdte en verslaggevingsgrondslagen’ wordt in het maatschappelijke jaarverslag vaak wel een toelichting opgenomen van de gebruikte systemen, maar voor de lezer is het lastig te bepalen hoe betrouwbaar deze datasystemen eigenlijk zijn. Ondernemingen vragen voor hun maatschappelijke jaarverslag om die reden om externe assurance. Van de maatschappelijke jaarverslagen in ons onderzoek is al 67 procent voorzien van externe assurance.⁸ Ondernemingen kunnen bij assurance kiezen voor een beperkte mate van zekerheid (beoordelingsopdracht), een redelijke mate van zekerheid (controleopdracht) of een combinatie van deze twee.⁹ Bij een beoordelingsopdracht wordt de plausibiliteit van de informatie beoordeeld. Bij een controleopdracht wordt de juistheid en toereikendheid gecontroleerd (NIVRA, 2007). Bij twee verslagen is een redelijke mate van zekerheid afgegeven en bij 14 verslagen een

beperkte mate van zekerheid. Eén onderneming kiest duidelijk voor een combinatie; bij een aantal KPI's is een redelijke mate van zekerheid afgegeven en bij de overige onderdelen van het verslag een beperkte mate. De reikwijdte van de assurance-opdracht is niet altijd het gehele maatschappelijk verslag, maar beperkt zich soms tot bepaalde pagina's of onderwerpen in het maatschappelijk verslag. Voor de overige negen ondernemingen is geen externe zekerheid verschaft.

8 Conclusie

Uit dit onderzoek naar de kwaliteit van maatschappelijke verslaggeving blijkt, dat veel ondernemingen nog zoeken naar de juiste toon, de juiste parameters en de juiste kwalitatieve informatie. Van de 36 geselecteerde ondernemingen blijken 27 een afzonderlijk maatschappelijk jaarverslag te hebben, waarin zij uitgebreid ingaan op diverse aspecten van MVO. Er wordt niet meer, zoals tien jaar geleden, alleen gefocust op milieu. Het blijkt dat 85 procent van de ondernemingen in hun maatschappelijke verslag al heldere doelstellingen heeft geformuleerd op zowel economisch, milieu- en sociaal gebied. Ook komen uiteenlopende maatschappelijke onderwerpen terug zoals *corporate governance*, discriminatie, veiligheid, papierverbruik en CO₂-impact. Op het gebied van stakeholdermanagement worden in 41 procent van de verslagen stakeholders benoemd, toegelicht en gerangschikt. Bij de overige verslagen is het onduidelijk welke benadering ten aanzien van stakeholdermanagement is gekozen. Het lijkt dat de maatschappelijke verslagen zijn gericht op alle stakeholders, iets wat praktisch onmogelijk is. Iedere onderneming moet keuzes maken tussen verschillende en soms conflicterende belangen. Er wordt in 67 procent van de verslagen niet aangegeven wat er met stakeholderkritiek is gedaan.

Hoewel de verslagen qua begrijpelijkheid redelijk tot goed gestructureerd zijn, vormen ze nog teveel een versnipperd geheel. De kernboodschap 'hoe MVO is verankerd in de onderneming' is lastig te herleiden. Ondernemingen onderkennen het belang en de reikwijdte van MVO, maar blijken nog moeite te hebben dit daadwerkelijk bedrijfs-specifiek te maken. In de verslagen wordt in sterke mate aandacht besteed aan de volledigheid van onderwerpen waarover gerapporteerd wordt, waardoor dikke verslagen ontstaan en wat ten koste gaat van de kwaliteit. Door de focus meer te richten op stakeholders van de onderneming en diepgang te geven aan maatschappelijk relevante onderwerpen, die gerelateerd zijn aan de bedrijfsactiviteiten, zal de kwaliteit van het verslag toenemen.

In 59 procent van de verslagen wordt verwezen naar algemene benchmarks, maar bijna geen enkele onderneming verwijst naar sectorspecifieke benchmarks. De meeste ondernemingen nemen een duidelijke visie en doelstellingen ten aanzien van maatschappelijk verantwoord ondernemen op in het maatschappelijke jaarverslag. Hierdoor zouden de ontwikkelingen in de loop der jaren goed te volgen moeten zijn. Toch is gebleken dat de vergelijkbaarheid tussen de MVO-prestaties van 2006 en 2005 bij bijna de helft (48 procent) van de verslagen niet optimaal tot zelfs slecht is. De redenen hiervoor zijn, dat:

- doelstellingen niet zijn vertaald naar gekwantificeerde KPI's;
- doelstellingen substantieel gewijzigd zijn ten opzichte van 2005;
- definities en meetmethoden niet altijd duidelijk worden toegelicht;
- cijfers zijn gewijzigd ten opzichte van 2005, zonder dat de reden van restatement is aangeven.

Voor stakeholders is bij deze ondernemingen de voortgang op het gebied van MVO slecht zichtbaar. Door inconsistente rapportages lijken ontwikkelingen gunstiger dan zij in werkelijkheid zijn en wordt het nut van het formuleren van doelstellingen tenietgedaan. Toelichting bij de ontwikkeling van de prestaties in de tijd is erg belangrijk, omdat het bij MVO over trends gaat en niet zozeer om het absolute cijfer.

Op het gebied van betrouwbaarheid voldoen de maatschappelijke jaarverslagen nog niet aan de eisen. In 59 procent van de verslagen is de positieve berichtgeving overheersend en zijn zo goed als geen negatieve berichten opgenomen. De echte dilemma's waarmee ondernemingen in de publiciteit zijn geweest, ontbreken bij 56 procent van de ondernemingen. Daarnaast is het voor stakeholders lastig de betrouwbaarheid van de data in de verslagen te bepalen. Assurance kan hieraan bijdragen. Uit het onderzoek blijkt dat 63 procent van de verslagen

een assurancerapport heeft, waarbij in zeven procent een redelijke mate van zekerheid wordt gegeven. Daarbij is niet altijd het gehele verslag object van onderzoek, maar zijn er beperkingen in zowel in het object van onderzoek als in de doelstellingen van assurance.

Ondernemingen hebben nog steeds zelf het heft in handen voor de invulling van maatschappelijke verslaggeving. Hoewel het positief is dat steeds meer ondernemingen informatie over maatschappelijke verantwoord ondernemen (MVO) in hun directieverslag of afzonderlijk maatschappelijk verslag opnemen, moet in de nabije toekomst duidelijk worden gewerkt aan de kwaliteit van deze informatie, met name aan het geven van een evenwichtiger beeld over de ondernemingsactiviteiten. Er moet ook een duidelijke relatie worden gelegd tussen het beleid, de inbedding van het beleid en de behaalde prestaties. Door de kwaliteit van het maatschappelijke jaarverslag te verbeteren, stijgt niet alleen de informatiewaarde, maar ontstaan er ook betere interne sturingsmogelijkheden die vervolgens leiden tot betere maatschappelijke prestaties. Door een continue kwaliteitsverbetering van de verslaggeving over MVO kan het bedrijfsleven ervoor zorgen dat zij zelf het initiatief in handen blijft houden.

Aanbevelingen voor het bedrijfsleven

Om de kwaliteit van maatschappelijke verslagen te verbeteren, kan aandacht worden besteed aan:

- het verstrekken van informatie over de gekozen benadering ten aanzien van stakeholdermanagement en de wijze waarop dit is uitgerold in het managementsysteem;
- het opnemen van reacties van stakeholders en de wijze waarop hieraan wordt tegemoetgekomen om er meer een verslag 'van' stakeholders van te maken;
- het gebruik van sectorspecifieke richtlijnen;
- het geven van informatie over het verslaggevingsbeleid waarbij de onderneming informatie geeft over het verschaffen van de grenzen van de verslaggevende organisatie, de wijze waarop de onderneming invulling heeft gegeven aan de kwaliteitseisen, het verslaggevingsproces en de gehanteerde definities en meetmethoden;
- het focussen op de kernboodschap (hoe wordt MVO verankerd in de onderneming?);
- het focussen op onderwerpen waarop de onderneming invloed uit kan oefenen;
- consistentie in doelstellingen, vergelijkende cijfers in de loop der jaren;
- consistentie in definities en meetmethoden;
- het opnemen van sectorspecifieke benchmarkresultaten;
- het benoemen en uitleggen van negatieve aspecten en het verantwoording afleggen over maatschappelijke dilemma's;

- het geven van assurance bij het gehele maatschappelijke jaarverslag (waarbij ten minste de key performance indicatoren en daaraan gerelateerde context zijn gericht op het geven van een redelijke mate van zekerheid). ■

Dr. A.E.M. (Nancy) Kamp-Roelands RA MA is directeur van het CSR Knowledge Center binnen Global Climate Change and Sustainability Services van Ernst & Young LLP, programmadirecteur CSR Management & CSR Auditing bij de Erasmus Universiteit Rotterdam, voorzitter van de Sustainability Working Party van de Europese Federatie van Accountants,

voorzitter van het Corporate Responsibility-project in UNCTAD-Intergovernmental Working Group of Experts on International Standards of Accounting and Reporting (ISAR), lid van de executive board van het project Accounting for Sustainability van de Prince of Wales en expert in Sustainability Expert Advisory Panel van de Internationale Federatie van Accountants.

Dr. D.A. (Dick) de Waard RA MA is partner Climate Change and Sustainability Services Ernst & Young LLP, universitair hooftdocent, voorzitter van de sectie Auditing van de Rijksuniversiteit Groningen en lid van de Council van AccountAbility.

Literatuur

- Beest, F. van, G. Braam en S. Boelens (2008), Nieuwe koers conceptual framework uitgezet, *Accountancynieuws*, 18 juli 2008, nr. 14.
- Donaldson, L. en J.H. Davis (1991), Stewardship theory or agency theory: CEO governance and shareholder return, *Australian Journal of Management*, vol. 16, no. 1, June, pp. 49-64.
- Global Reporting Initiative (GRI) (2006), *Richtlijnen voor duurzaamheidsverslaggeving*, Amsterdam, GRI; zie: www.globalreporting.org/Home.
- Hibbitt, C.J.H. (2004), *External environmental disclosure and reporting by large European companies*, Amsterdam: Limperg Instituut.
- Financial Accounting Standards Board (FASB) (1978), *Statements of Financial Accounting Concepts No. 1: Objectives of Financial Reporting by business enterprises*.
- International Accounting Standards Board/Committee (IASC, now IASB) (1989), *Framework for the Preparation and Presentation of Financial Statements*, London: IASC.
- International Federations of Accountants (2008), *International Framework for Assurance Engagements*, Handbook of International Auditing, Assurance, and Ethics Pronouncements; zie: www.ifac.org.
- Kamp-Roelands, A.E.M. (2008), *Quality of sustainability reporting*, Forum, nr. 1, pp. 40-41.
- Kamp-Roelands, A.E.M. (2003), Ontwikkelingen in maatschappelijke verslaggeving, *Maandblad voor Accountancy en Bedrijfs-economie*, vol. 77, no. 11, november, p. 482-488.
- Kamp-Roelands, A.E.M. (2002), *Towards a framework for auditing environmental reports*, Tilburg: Tilburg University Press.
- Ministerie van Economische Zaken/PricewaterhouseCoopers (2006), *Transparantiebenchmark 2006*, Den Haag.
- Porter, M.E. en M.R. Kramer (2006), The link between competitive advantage and corporate social responsibility, *Harvard Business Review*, vol. 84, no. 12, December, pp 78-93.
- Raad voor de Jaarverslaggeving (RJ) (2003a), *Richtlijn 400 Jaarverslag, Richtlijnen voor de Jaarverslaggeving*, Amsterdam: Stichting voor de Jaarverslaggeving.
- Raad voor de Jaarverslaggeving (RJ) (2003b), *Handreiking voor maatschappelijke verslaggeving versie 2003*, Amsterdam: Stichting voor de Jaarverslaggeving/Kluwer; zie: www.rjnet.nl.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2008), *Guidance on Corporate Responsibility Indicators in Annual Reports*, United Nations, Geneva.
- Waard, D.A. de (2008), *Toezicht op maatschappelijk verantwoord ondernemen*, Assen: Van Gorcum.

Noten

- 1 Met bijzondere dank aan Didi Hoezen en Dietmar Laske.
- 2 Global Reporting Initiative (GRI) is een internationaal netwerk dat op basis van een consultatieproces met de verschillende stakeholders is gekomen tot richtlijnen voor duurzaamheidsverslaggeving.
- 3 In 2007 is de COS 3410N 'Assurance-opdrachten inzake maatschappelijke verslagen' definitief geworden. De standaard is specifiek in Nederland ontwikkeld en ondersteunt de accountant bij het uitvoeren van een assurance-opdracht inzake een maatschappelijk verslag.
- 4 G3 staat voor de derde versie van de GRI-Richtlijnen voor duurzaamheidsverslaggeving.
- 5 In de transparantiebenchmark wordt de terminologie gehanteerd die gebaseerd is op de wielersport. De categorieën zijn koploper, achtervolger, peleton, achterblijvers en bezemwagen. De eerste twee categorieën bevatten ondernemingen die hoog scoren op transparantie. Koplopers zijn met name best practices, die op alle onderdelen goed scoren, op de voet gevolgd door de achtervolgers.
- 6 Bij deze ondernemingen is nog geen sprake van een volledig geïntegreerd verslag (dat zowel een financieel als maatschappelijk gedeelte bevat).
- 7 Bij de inhoudsanalyse waren betrokken: Nancy Kamp-Roelands, Dietmar Laske, Didi Hoezen en Dick de Waard.
- 8 Hierbij moet wel benadrukt worden dat in het onderzoek slechts 'toonaangevende' ondernemingen op het gebied van maatschappelijke verslaggeving zijn opgenomen; koplopers, achtervolgers uit de transparantiebenchmark en AEX-genoteerde ondernemingen.
- 9 Richtlijn Controle en Overige Standaarden 3410: 'Assurance-opdrachten inzake maatschappelijke verslagen' van het NIVRA geeft nadere voorschriften voor het uitvoeren van assurance-opdrachten. Deze richtlijn is toonaangevend en wordt ook al in verschillende landen vertaald. In de standaard wordt tevens uitleg gegeven over het verschil tussen beperkte mate van zekerheid en redelijke mate van zekerheid. Deze is te vinden op de website www.nivra.nl.