

De markt voor accountantsdiensten in Nederland (deel 1)

Enkele aspecten nader belicht aan de hand van secundaire gegevens

**Prof. Dr. P. S. H. Leeflang, Drs. G. Boxem
en Drs. J. A. van Dijk**

In drie artikelen, die in het MAB zullen verschijnen, wordt een aantal belangrijke aspecten van 'de markt' voor accountantsdiensten in Nederland besproken. Deze besprekingen zijn gebaseerd op onderzoek met gebruikmaking van secundaire gegevens, dat wil zeggen gegevens die reeds verzameld zijn, en primaire gegevens, dat wil zeggen gegevens die door communicatie en observatie zijn verkregen.

In dit eerste inleidende artikel zullen wij enige aspecten van de markt voor accountantsdiensten bespreken, waarbij wij gebruik maken van secundaire gegevens, die ontleend zijn aan jaarverslagen van de honderd grootste ondernemingen in Nederland.

1 Inleiding

Het bijzondere nummer van het MAB in 1989 was gewijd aan het onderwerp 'Strategische Overwegingen voor Accountants'. In dat nummer schreven Leeflang en Reuyl (1989) een artikel getiteld: 'Van 'professie' naar professioneel marktgericht ondernemen'. In dit artikel hebben wij vraagtekens geplaatst bij het antwoord op de vraag, of accountants wel professioneel marktgericht denken en handelen. Professioneel marktgericht ondernemen is namelijk alleen dan mogelijk wanneer men een grondige kennis heeft van de wen-

sen en verlangens van afnemers in de doelgroep. Dit impliceert een grondige kennis van de *vraagzijde* van de markt.

Naast een grondige kennis van de vraagzijde van de markt als basis voor het afnemersgerichte denken, zal men concurrent-gericht dienen te denken en handelen. Dit impliceert een grondige kennis van de *aanbodzijde* van de markt alsmede een op basis van deze kennis zorgvuldig uitgestippelde en uit te voeren positioneringsstrategie.

Kennis van vraag- en aanbodzijde kan in principe worden verkregen met behulp van primaire en secundaire gegevens. Samen met een aantal groepen studenten van de Faculteit der Economische Wetenschappen van de Rijksuniversiteit Groningen hebben wij in de afgelopen twee jaar met behulp van primaire en secundaire gegevens geprobeerd om een aantal aspecten van de markt

Prof. Dr. P. S. H. Leeflang is als hoogleraar Marktkunde en Marktonderzoek verbonden aan de Faculteit der Economische Wetenschappen van de RUG.

Drs. G. Boxem studeerde Economie aan de RUG. Met ingang van februari 1992 werkzaam als onderzoeker op de afdeling crediteuren-administratie bij Siemens Nederland te Den Haag.

Drs. J. A. van Dijk studeerde Economie aan de RUG. Momenteel werkzaam als toegevoegd docent Marketing Management bij de sectie Marktkunde en Marktonderzoek van de RUG.

waarop accountants in Nederland opereren in kaart te brengen. Daarbij hebben wij allereerst enige aspecten van deze markt op een rij gezet op basis van onder meer het bestuderen van de jaarverslagen van de honderd grootste ondernemingen in Nederland. Tevens hebben wij door bestudering van enkele andere secundaire databronnen enkele ontwikkelingen op de Nederlandse accountantsmarkt kunnen traceren.

In dit eerste artikel zullen wij in paragraaf 2 enkele globale ontwikkelingen schetsen. In paragraaf 3 zullen wij de deelmarkt die bestaat uit de accountantscontrole voor de grootste honderd ondernemingen in Nederland wat nauwkeuriger bestuderen. Wij zullen de 'marktaandeelen' van de (grote) kantoren op deze deelmarkt geven. Tevens zullen wij enige relaties specificeren tussen deze grote kantoren en de branches waarin zij primair werkzaam zijn. Ook zal worden nagegaan of er relaties bestaan tussen de omvang van de cliënten en de kantoren die deze cliënten met hun diensten bedienen. In paragraaf 4, tenslotte, zal een beknopt overzicht worden gegeven van het onderzoek dat in het tweede en derde artikel over 'de accountantsmarkt' beschreven wordt.

2 Enkele algemene ontwikkelingen¹

De ontwikkelingen op de markt voor accountants in Nederland kunnen we aan de hand van de volgende kenmerken karakteriseren:

- 1 *groei*, mede door
- 2 een steeds grotere *verbreding* van het assortiment aangeboden diensten;
- 3 een toenemende *internationalisatie*, en ook mede daardoor
- 4 een grotere *concentratie*;
- 5 een toenemende *commercialisering*; en
- 6 gewijzigde *concurrentieverhoudingen*.

In tabel 1 wordt een beeld gegeven van de omzet van accountantskantoren voor de jaren 1980-1989.

De omzetgegevens van tabel 1 zijn gebaseerd op gegevens van het CBS (1989) en het EIM (1990). Tabel 1 weerspiegelt de omzetgroei met name in de tweede helft van de jaren tachtig.

Tabel 1: Omzet van accountantskantoren

Jaar	Omzet (mln gld)	Index	Groei in procenten
1980	1.975	90	–
1981	2.040	93	3,3
1982	2.040	93	0,0
1983	2.062	94	1,1
1984	2.128	97	3,2
1985	2.194	100	3,1
1986	2.325	106	6,0
1987	2.413	110	3,8
1988	2.567	117	6,4
1989	2.676	122	4,3

Er zijn diverse factoren te noemen die een positief effect hebben (gehad) op de *groei* van 'de markt' voor accountants in Nederland. Allereerst richten steeds meer accountantskantoren zich op de 'markt' voor adviesdiensten. Op deze markt concurreren zij met hun verbrede dienstenpakket op deelmarkten die door organisatie-adviesbureaus, belastingconsulenten, automatiseringsdeskundigen, marketing-adviesbureaus, notarissen enzovoort bediend worden. Met andere woorden, men heeft de grenzen van 'de markt' steeds meer verlegd en het grondgebied waarop de confrontatie met mededingers plaatsvindt vergroot. Overigens is het moeilijk om de grenzen van 'de markt' goed aan te geven en de omvang en groei van 'de markt' te bepalen, omdat de diverse accountantskantoren opereren op verschillende deelgebieden van de zakelijke dienstverlening. Een andere belangrijke factor die geleid heeft tot groei, heeft te maken met de terugtrekkende en meer efficiënte rol van de overheid in onze hedendaagse Nederlandse samenleving. Dit uit zich in:

- de privatisering van een aantal overheidsbedrijven;
- de toegang van openbare accountants tot overheidsinstellingen;

- een toenemende behoefte aan advies en controle van overheidsinstanties.

Verder is de vraag naar zakelijke dienstverlening conjunctuur-afhankelijk. Omdat het Nederlandse bedrijfsleven in het afgelopen decennium een belangrijke groei heeft doorgemaakt, weerspiegelt zich dit in een toegenomen afgeleide vraag naar diensten van accountants.

Ten slotte leidt een complexere, turbulente samenleving tot een toename in de vraag naar specialisten. Ontwikkelingen in de automatisering, de (internationale) belastingwetgeving, EG-richtlijnen, nieuwe financieringsvormen², enzovoort leiden tot een toename van de vraag naar specialismen en specialisten. Veel van deze specialisten kunnen we vandaag de dag op accountantskantoren ontmoeten. Hiermee hebben we tevens het tweede hiervoor genoemde kenmerk, te weten de *verbreding van het assortiment aangeboden diensten* genoemd.

In de jaren zeventig waren Klynveld, Kraayenhof & Co., Moret & Limperg, Dijker & Doornbos, Van Dien & Co, en de Nederlandse Accountants Maatschap (NAM) de belangrijkste aanbieders op 'de markt' voor accountantsdiensten. Elk van deze ondernemingen is in de afgelopen 5 jaar (!) gefuseerd of op andere wijze 'samengegaan' met een *internationaal* opererende partner, terwijl ook tal van Nederlandse accountantskantoren gefuseerd zijn.³ De 'internationalisering' van de Nederlandse accountantsmarkt beperkt zich niet tot de hiervoor genoemde 'big 5'-kantoren. Ook de wat kleinere kantoren kennen en werken aan internationalisering.

De genoemde ontwikkelingen hebben ook geleid tot een hogere mate van *concentratie*. Deetman en Langendijk (1990) hebben de concentratie op de Nederlandse accountantsmarkt onderzocht en concluderen op grond van een aantal concentratie-maatstaven dat er een toename in de concentratie op de markt voor accountantscontrole te constateren valt. Dit is gebaseerd op een vergelijking van de jaren 1979 en 1988.

Met:

- het wijzigen van artikel 28 van de geldende Gedrags- en Beroepsregels Registeraccountants (GBR) op 17 december 1987, waarmee het verbod tot het voeren van reclame door openbare accountants is opgeheven;
- het op steeds grotere schaal aanbieden van diensten door accountants; en
- het verkrijgen van steeds meer inzicht in de problematiek van marketing van diensten⁴ neemt de *commercialisering* op markten die door accountants bediend worden toe.

We kunnen waarnemen dat alle grote kantoren marketingfunctionarissen in dienst hebben genomen, er wordt marktonderzoek uitgevoerd en er worden marketingplannen opgesteld en uitgevoerd. Kortom, men is op allerlei manieren met de commercialisering van de kantoren bezig. Een belangrijk probleem dat men daarbij in de praktijk ontmoet is dat de vennoten elk een eigen gezicht of zelfs 'geen gezicht' aan deze commercialisering willen geven. Dit bemoeilijkt de positionering van de diverse kantoren.

Internationalisering, concentratie, commercialisering en enkele andere ontwikkelingen leiden tot andere *concurrentieverhoudingen* tussen met name de bestaande aanbieders.

Op de markt voor controlediensten kunnen de concurrentieverhoudingen ook worden beïnvloed door:

- 1 de toetreding van buitenlandse kantoren die in Nederland vestigingen hebben geopend ('nieuwe toetreders');
- 2 de verschuivingen van de externe controle naar de interne controle;
- 3 de toegenomen onderhandelingsmacht van cliënten die als gevolg van fusies en overnames groter en machtiger zijn geworden;
- 4 de veranderingen in de onderhandelingsmacht van leveranciers, in casu de onderhandelingsmacht van afgestudeerde bedrijfseconomen en accountants.

Op de markt voor 'overige zakelijke dienstverlening' zijn ook veel van de bovenstaande ontwikkelingen waar te nemen. Door de verbreding van

het assortiment van accountantskantoren worden de kantoren op veel submarkten door de bestaande aanbieders als nieuwe toetreders gezien.

3 De markt voor accountantscontrole van de honderd grootste Nederlandse ondernemingen⁵

In deze paragraaf zullen wij illustreren welke informatie ontleend kan worden aan secundaire gegevens over 'de markt voor accountants in Nederland'. We nemen daartoe de deelmarkt voor de accountantscontrole van de honderd grootste Nederlandse ondernemingen onder de loep.⁶ De secundaire gegevens ontleenen we aan de jaarverslagen van deze ondernemingen. Allereerst geven we een inzicht in de aantallen ondernemingen uit de 'top 100' die door een bepaald kantoor gecontroleerd worden; zie tabel 2.

Tabel 2: Aantal gecontroleerde ondernemingen uit de 'top 100' gerubriceerd naar accountantskantoor

Accountant	Aantal gecontroleerde ondernemingen				
	1985	1986	1987	1988	1989
KPMG	28,5 ^a	29,5	30	32	32
MEY	26	26	26	26	26
CL	21,5	21,5	23	23	24
TRN Groep	6	6	6	6	6
Overig	13	12	10	9	8
N.v.t. ^b	5	5	5	4	4

Legenda:

KPMG = KPMG Klynveld Kraayenhof & Co.

MEY = Moret Ernst & Young

CL = Coopers & Lybrand Dijker Van Dien

^a Twee ondernemingen maakten in 1985 en 1986 gebruik van twee verschillende accountantskantoren

^b Deze ondernemingen zijn zelf accountantskantoren, die niet publikatieplichtig zijn en dus niet hun jaarrekening hoeven te laten controleren.

Bij het samenstellen van tabel 2 zijn wij uitgegaan van de organisatie van accountantskantoren

zoals die begin 1990 kon worden aangetroffen. Vervolgens hebben wij voor alle jaren de cliënten die door de afzonderlijke en later 'gefuseerde' kantoren gecontroleerd werden bij elkaar opgeteld. Zo zijn bijvoorbeeld de cliënten van 'Van Dien & Co.', 'Dijker & Doornbos' en 'Coopers & Lybrand' voor alle jaren gerubriceerd onder CL enzovoort.

Wij kunnen aan de hand van tabel 2 een aantal conclusies trekken.

- 1 Het aantal grote ondernemingen dat door één van de top drie accountantskantoren gecontroleerd wordt is erg hoog te noemen.
- 2 Dit aantal groeit in de loop der tijd. Daarbij moeten wij bovendien bedenken dat de aantallen ondernemingen die vermeld staan in de kolommen die betrekking hebben op vroegere jaren vaak geaggregeerd zijn over diverse kantoren. We mogen dus concluderen dat de concentratie binnen de groep van ondernemingen die we in deze paragraaf bestuderen sterk toeneemt.

Wij hebben ook het 'switch-gedrag' van de top-100 ondernemingen in de loop der tijd bestudeerd. Grote ondernemingen die in de afgelopen vijf jaren hun jaarrekening hebben laten controleren door een ander accountantskantoor dan voorheen, zijn PTT, Wolters Kluwer, Thomassen & Drijver Verblifa, Ballast Nedam, DMV Campina en de Luchthaven Schiphol. Deze verandering kan voor een belangrijk deel verklaard worden doordat zich binnen elk van deze ondernemingen zelf ingrijpende veranderingen voordeden. De PTT verzelfstandigde; de Wolters Samson Groep fuseerde met Kluwer; T & D Verblifa werd ingrijpend gereorganiseerd; de aandelen van Ballast Nedam kwamen in handen van British Aerospace PLC (met haar eigen accountantskantoor); de Coöperatieve Zuivelvereniging St. Lambertus te Veghel sloot zich aan bij DMV Campina en de Centrale Accountants Dienst (CAD) van het ministerie van Financiën ging zich meer richten op de interne controle van de Luchthaven Schiphol. Er bestaat dus een grote trouw bij de grote ondernemingen in Nederland met betrekking tot het controlerende accountantskantoor. Dit correspondeert met de bevindingen van Langendijk (1990).

De top-100 ondernemingen zijn in diverse sectoren in de economie werkzaam. Aan de hand van de sectorindeling van ondernemingen die bijvoorbeeld gebruikt wordt in het Centraal Economisch Plan⁷ zijn wij nagegaan of er een verband bestaat tussen de verschillende grote accountantskantoren KPMG, MEY, CL en de sectoren waarin hun cliënten werkzaam zijn.⁸ Daarbij vinden we de volgende relaties:

KPMG: heeft relatief veel cliënten in de metaal-industrie en in de vervoerssector;

MEY: controleert alle top-100 ondernemingen die in Nederland in de papierindustrie werkzaam zijn;

CL: heeft relatief veel cliënten in de elektronica-industrie en de bouwnijverheid.

Ten slotte hebben wij getracht relaties te vinden tussen de toegevoegde waarde van een onderneming en het gekozen accountantskantoor. Daar toe zijn de 100 ondernemingen opgedeeld in kwartielen. We hebben gevonden dat er relaties bestaan tussen:

KPMG: en ondernemingen uit het eerste kwartiel ('de top-25 ondernemingen');

CL: en ondernemingen uit zowel het tweede als vierde kwartiel;

MEY: en ondernemingen uit het derde kwartiel.

Met de hiervoor beschreven voorbeelden hebben wij geïllustreerd hoe met behulp van secundaire gegevens enig inzicht in de markt voor accountants verkregen kan worden. Behalve jaarverslagen kunnen ook secundaire gegevensbronnen als *Praktijk Registeraccountants 90/91* en de omzetcijfers in het *Financieele Dagblad* in dit verband goede diensten bewijzen.

4 De markt voor accountantsdiensten – analyses met behulp van primaire gegevens

Wanneer we meer inzicht willen verkrijgen in de vraagzijde en de aanbodzijde van 'de markt voor accountantsdiensten', zullen wij primaire gegevens moeten verzamelen. Met behulp van een schriftelijke enquête en persoonlijke interviews is kennis over de vraag naar het aanbod van accountantsdiensten verkregen.

In het tweede artikel zullen wij *de aanbodzijde, dat wil zeggen 'de kantoren'*, beschrijven met behulp van objectieve en subjectieve variabelen. Daarbij zal ook worden ingegaan op de positionering van de aanbieders op deze markt van zakelijke dienstverlening. In het *derde artikel* over de markt van accountantsdiensten zullen onder meer de volgende onderwerpen aan de orde komen:

1 Hoe kunnen we de verschillende (potentiële) cliënten identificeren?

2 Welke relaties bestaan er tussen de kenmerken van de afnemers en de verschillende accountantskantoren (waarbij we ons nu niet beperken tot de 'top-100' ondernemingen)?

3 Welke diensten worden in welke mate afgenomen?

4 Welke functionarissen spelen in de relatie accountant–cliënt een belangrijke rol met name in het selectieproces?

5 Welke criteria hanteren cliënten bij de beoordeling van accountantskantoren, en welke relaties vertonen deze criteria met de afgenomen diensten?

6 Hoe ziet op basis van vorenstaande aspecten de structuur van de markt eruit en welke segmenten kunnen we in deze markt identificeren?

7 Tot slot zullen we aandacht besteden aan de vraag of het keuzeprocess van de (potentiële) afnemers nader te kwantificeren is.

Literatuur

- Boxem, G., E. G. van Doorn, J. A. van Dijk, G. T. A. Eykelenboom, E. Hofma en R. H. Peeks, *Een verkenning van de accountantsbranche*, Faculteit der Economische Wetenschappen, Groningen, 1990.
- Boxem, G. en J. A. van Dijk, *De honderd grootste ondernemingen in Nederland gecontroleerd*, Faculteit der Economische Wetenschappen, Groningen, 1990.
- Brakel, R. J., Swaps, Verwerking in de jaarrekening, *MAB*, jaargang 65, juli/augustus 1991, pp. 321-329.
- CBS, *Onder de loep genomen/dienstverlening: Accountants, boekhoudbureaus, belastingconsulenten e.d.* 1987, Hoofdafdeling Statistiek van Binnenlandse Handel en Dienstverlening, Voorburg/Heerlen, 1989.
- Centraal Economisch Plan 1990*, Centraal Planbureau, 's-Gravenhage, 1990.
- De omzetcijfers van 19..* (diverse jaargangen), Het Financieele Dagblad B.V., Amsterdam.

Deetman, H. J. en H. P. A. J. Langendijk, *Concentratie op de markt voor accountantsdiensten*, Research Memorandum 9022, Universiteit van Amsterdam, 1990.

EIM, *De sectoren in het Midden- en Kleinbedrijf 1990*, Algemeen MKB-onderzoek, Zoetermeer, 1990.

FEM Top-100 Groei door concentratie, *FEM*, nr. 23, 4 november 1989, pp. 25-39.

Langendijk, H. P. A. J., Wisseling van accountantskantoor; een fata morgana in de toekomst?, *MAB*, jaargang 64, juni 1990, pp. 264-270.

Leeflang, P. S. H. en J. C. Reuyl, Van 'professie' naar professioneel marktgericht ondernemen, *MAB*, jaargang 63, december 1989, pp. 535-542.

Praktijk Registeraccountants 90/91, Delwel Uitgeverij B.V., 's-Gravenhage, 1990.

Noten

1 Bij het schrijven van deze paragraaf is onder meer gebruik gemaakt van het rapport 'Een verkenning van de

accountantsbranche' (1990), geschreven door G. Boxem, E. G. van Doorn, J. A. van Dijk, G. T. A. Eykelenboom, E. Hofma en R. H. Peek, studenten van de Faculteit der Economische Wetenschappen, Rijksuniversiteit Groningen.

2 Zie bijvoorbeeld Brakel (1991).

3 Zie voor een beknopt overzicht Langendijk (1990) en voor meer informatie *Praktijk Registeraccountants 90/91*.

4 Zie ook Leeflang, Reuyl (1989).

5 Deze paragraaf is voor een belangrijk deel gebaseerd op Boxem, Van Dijk (1990).

6 Deze ondernemingen zijn gerangschikt op basis van hun toegevoegde waarde. De 100 door ons onderzochte ondernemingen zijn ontleend aan een overzicht in *FEM*, nr. 23, 4 november 1989, blz. 25 e.v. De hier gebruikte informatie kan deels ook worden ontleend aan de publikatie *Jaarboek van Nederlandse Ondernemingen*, J. H. de Bussy/Tutein Nolthenius, Amsterdam.

7 Zie Centraal Planbureau (1990).

8 Voor de gehanteerde methodiek verwijzen wij naar Boxem, Van Dijk (1990).