

Column

De winst is absoluut relatief (on)belangrijk

Jan Klaassen

Nu we weer dagelijks in de krant de verslagen kunnen lezen over de financiële resultaten van ondernemingen over 1991, ontkom ik er niet aan de krantekoppen zo nu en dan met de inhoud van de eronder opgenomen berichten, en een enkele keer zelfs met jaarverslagen te vergelijken.

In de koppen zijn alle nuances weggelaten. De boodschap wordt zo simpel en duidelijk mogelijk gebracht: 'Winst stijgt met 3%': 'X duikt diep in het rood'; 'Winstcijfer maskeert dramatische periode...'; '80% winststijging bij...'. Daarbij worden kleine verschillen in uitkomsten soms als zeer belangrijk voorgesteld. Naast winst maken, is ook winst berekenen een kunst. Dit kan ertoe leiden dat het management in de verleiding komt het winstcijfer wat aan te passen.

Deze kunst wordt juist door simpele berichtgeving over de prestaties van de onderneming van extra groot belang voor ondernemers. Zou er genuanceerde berichtgeving zijn, dan zou het moeilijker zijn de zaken al te mooi voor te stellen.

De kern van het probleem van communicatie over winst zit naar mijn beleving in enkele opvattingen van de lezers van jaarverslagen en ook van de schrijvers van krantekoppen en wel de volgende:

- De lezers en schrijvers realiseren zich onvoldoende dat winst het soms kleine verschil is tussen opbrengsten en kosten. Een kleine wijziging in de verhouding tussen opbrengsten en kosten, leidt tot een relatief veel grotere winstsporg naar boven of naar beneden.
- Het winstbegrip is zo weinig omljnd dat winst op veel verschillende manieren kan worden berekend.
- Naarmate de winst een kleiner bedrag is, is het gemakkelijker de uitkomsten en de trend bijvoorbeeld via schattingswijziging te beïnvloeden.

- Intuïtief is er voor de lezer van een jaarverslag een groot verschil tussen winst en verlies. Dus is het de moeite waard om in geval van twijfel winst te kunnen tonen.

Tegen het verschijnsel van minder goede communicatie over resultaat zijn, denk ik, ten minste drie remedies denkbaar:

- 1 De lezers opvoeden. Dit lijkt echter een onbegonnen taak. Het is kostbaar en er komen steeds nieuwe lezers. Bovendien: wie zijn de lezers eigenlijk?
- 2 De winst met meer nauwkeurigheid en minder discretie voor het management doen berekenen. Deze remedie, die in het buitenland, bijvoorbeeld de VS, geleid heeft tot gedetailleerde regelgeving heeft niets opgeleverd. Er blijven zoveel elementen die bij de winstberekening een rol spelen, dat kleine beïnvloeding van bepaalde schattingen toch tot relatief grote winstbeïnvloeding zou kunnen leiden. Zelfs bij de meest gedetailleerde regelgeving is dat niet effectief tegen te gaan.
- 3 Het winstcijfer afschaffen, en in plaats daarvan een 'resultaat interval' presenteren. Deze derde methode is tot nu toe nog niet uitgetoet, maar het is een aardige uitdaging er eens over na te denken:
Stel dat ondernemingen in plaats van de huidige quasi nauwkeurige presentatie van het winstbedrag, een resultaatinterval zouden presenteren, bijvoorbeeld gekoppeld aan de omvang van de onderneming, of aan de beurswaarde. Om de gedachten te bepalen geef ik de volgende tabel:

Prof. Dr. J. Klaassen is venoot van KPMG Klynveld Kraayenhof & Co Accountants en hoogleraar in de Bedrijfs-economie (Kosten- en Winstbepalingsvraagstukken) aan de Vrije Universiteit te Amsterdam.

<i>Omvang resultaat:</i>	<i>Typering:</i>
<i>Verlies groter dan 5% van omzet*</i>	<i>Zeer groot verlies</i>
<i>Verlies -5 tot -2% van omzet</i>	<i>Groot verlies</i>
<i>Verlies -2 tot -1 % van omzet</i>	<i>Verlies</i>
<i>Resultaat tussen -1 en plus 1 % van omzet</i>	<i>Rond het nul punt</i>
<i>Winst 1 tot 3% van omzet</i>	<i>Kleine winst</i>
<i>Winst 3 tot 5% van omzet</i>	<i>Redelijke winst</i>
<i>Winst 5 tot 10% van omzet</i>	<i>Aardige winst</i>
<i>Meer dan 10% van omzet</i>	<i>Grote winst</i>

**of een percentage van de toegevoegde waarde; in bepaalde branches: balanstotaal*

Winstgroei zou daarbij ook in % van de omzet kunnen worden getoond. Het idee om helemaal af te zien van exacte winstberekening is wel wat ver- gaand; maar een aardige eerste stap zou zijn een dergelijke tabel met standaardtyperingen in te voeren bij het ontwerpen van krantekoppen.

Ik zie het al voor me: 's morgens bij de thee lees ik in het Financieel Dagblad: Onderneming X leed verlies; vorig jaar ook. Onderneming Y meldde winst rond het nulpunt, vorig jaar verlies. Wellicht zou

ik de krant niet meer lezen. Dan lees ik toch maar liever de volgende kop: 'Fraaie winststijging van Bank X met 6% ', waarbij ik zou kunnen bedenken: vorig jaar haalde de bank een marge van 1% van het balanstotaal; nu een marge van 1,06% terwijl blij- kens het artikel de toevoeging aan de VAR (een post met een beleidsmatig karakter) 0,3% is. Zou de bank echt een hogere winst hebben?

Toch de moeite waard om de jaarrekening eens uit- gebreid te bestuderen.