

Werkwijzen van administratiekantoren in de btw-maand: een verdiepend onderzoek

Een verdiepend onderzoek van NoReJa advies, Den Haag

Samenvatting:

Afgelopen maanden onderzochten wij de werkwijzen van ongeveer honderd administratiekantoren, in dit geval vertegenwoordigd in de ABCO-community. ABCO Nederland is in de administratiebranche een gerelateerde organisatie die wij beschouwen als een afspiegeling van de gehele populatie. De vraag werd gesteld hoe ze de drukte in de btw-maand ervaren.

Niet geheel verbazingwekkend zijn Drukke' en 'Btw-maand' termen die bij ieder kantoor wel herkenning oproepen. Uit onze interviews bleek dan ook dat bijna 70% van de ondervraagde kantoren de btw-maand als druk ervaren. Maar nog interessanter was de vraag hoe in de btw-maand met deze drukte omgingen en of de branche van elkaars werkwijzen kan leren. Al deze vragen staan centraal in dit onderzoek.

In het onderzoek 'Hoe ervaart u de drukte in de btw-maand?' gingen wij als NoReJa advies het gesprek aan met iets meer dan honderd administratiekantoren, in dit geval vertegenwoordigd in de ABCO-community. In een semi-gestructureerd interview vroegen wij hoe boekhouders, of anderszins administratief specialisten, de maand ervaren waarin de omzetbelasting werd ingediend. Aanvullend op de telefonische surveys werden wij bij ruim 35% van de kantoren uitgenodigd om ter plaatse in gesprek te gaan over hun werkwijze.

Huidige marktsituatie

De intentie van NoReJa advies achter een dergelijk onderzoek komt voort uit de behoefte om voeling te houden met de administratie-branchen. Immers is onze visie als adviesbureau te opereren vanuit een 'klantgerichte benadering' en niet vanuit een 'productgerichte'. Hiermee doelen wij erop dat NoReJa advies een onderneming is dat eerst de latente behoefte vanuit de markt goed peilt, om vervolgens een dienst aan te bieden. Dat is een andere strategie dan het aanbieden van een dienst vanuit de motivatie dat het toevallig een eigen specialisatie is waarvoor vervolgens een opdrachtgever moet worden gezocht.

Vanuit onze marktorientatie zien wij dat de administratie-branchen een markt vormt die constant in beweging is. Een gemiddeld administratiekantoor (met een klantenbestand variërend van zowel de zzp'er als de KB- tot MKB'er) bedient per fte tussen de 60 tot 100 klanten. Conservatief geschat zijn er ruim 25.000 fte in deze branchen werkzaam terwijl er op zijn hoogst ongeveer 1 miljoen ondernemers bereid zijn de administratie uit te besteden. Uit dit rekenvoorbeeld concluderen wij dat er meer administratiekantoren zijn dan klanten om te bedienen.

Automatiseren: vloek of zege?

De branchen zelf ziet automatisering als de grootste ambitie. Men definieert dit zelf, in relatie tot het onderwerp van dit onderzoek, als het werken met scan-en-herken-oplossingen in combinatie met online boekhouden en directe bankkoppeling. Een wens waarachter de gedachtegang op zichzelf staand logisch is. Om het werkproces te versnellen, is het idee om eenvoudige repetitieve handelingen over te laten aan nieuwe geautomatiseerde systemen. Toch ontstaat hier het beeld dat over het algemeen genomen deze geautomatiseerde kantoren nog altijd druk in de btw-maand ervaren. Een indruk die om een verdiepingsslag vraagt.

Conclusie:

Geautomatiseerde kantoren geven dat aan de btw-maand een grote inspanning vergt. Dit ondanks een werkmethode met scan-en-herken-oplossingen en bankkoppelingen. In totaal geeft 64% aan dat de drukte uit de btw-maand voortkomt uit het feit dat de klant de administratie te laat of onvolledig in de digitale omgeving aanlevert. Vervolgens moeten klanten constant worden benaderd met de vraag waar de administratie blijft.

De ironie wil dat automatisering het werk eigenlijk niet vermindert, maar verplaatst naar de klant. Dat heeft een averechtse weerslag op het werktempo van het kantoor. Concluderend zorgt deze manier van automatiseren in menig geval juist voor extra werk terwijl men in beginsel automatiseert om te besparen.

Het is dus belangrijk voor administratiekantoren om zich niet te verliezen in automatisering. Een te grote focus op scannen-en-herkennen alleen, gaat ten koste van een hoop goodwill bij de klant en kan deze van het kantoor vervreemden.

Wij hebben gezien dat kantoren zonder vergaande automatisering (scan-en-herken-software en bankkoppelingen) het ook nog steeds uitstekend doen. Doordat zij -even als vroeger- fysiek afspreken houden ze hun klant dichtbij.

Geautomatiseerde kantoren slagen in hun aanpak, als zij nog altijd wel aan de bal blijven qua klantcontact. Dat betekent dat zij bijvoorbeeld hun tijd investeren in om hun klanten met de scan-en-herken-oplossing te laten werken. Hierbij slagen zij alleen in met direct persoonlijk contact, dus niet bijvoorbeeld via e-mail.

Inleiding:

De afgelopen maanden onderzocht NoReJa advies de ervaren drukte in de btw-maand onder ongeveer honderd administratiekantoren, in dit geval vertegenwoordigd in de ABCO-community. Wij beschouwen deze brancheorganisatie als een goede afspiegeling van de zelfstandig opererende administratiekantoren die actief met hun onderneming bezig zijn. Het idee is hiermee te onderzoeken wat de omgang is met deze drukte en te peilen of wij van de administratiekantoren kunnen leren, en of ze onderling van elkaars methoden kunnen leren.

Remon de Groot, februari 2020, Den Haag

Aanleiding onderzoek:

Wat is uw ervaring met de drukte in de btw-maand? Het zal u niet verbazen dat een dergelijke vraag altijd een reactie oproept bij de eigenaar van een administratiekantoor. Van een toename in werkdruk tijdens de btw-maand heeft vrijwel iedere branche-professional een beeld.

De reden dat wij vroegen naar ervaringen van de werkdruk in de btw-maand was in onze visie een bewuste keuze. Als adviesbureau begeleiden wij al jarenlang administratiekantoren om beter (en met meer plezier/efficiëntie) te ondernemen. Dat kan door een goede visie over het eigen werkproces. Vanuit die optiek is de btw-maand een periode van veronderstelde toegenomen werkdruk. Voor ons is dat een invalshoek om te onderzoeken hoe administratiekantoren werken op een moment dat piekbelasting veel van ze vraagt. Het is voor NoReJa advies goed om te monitoren wat er gebeurt. Juist op dit moment suprême wilden we weten wat er speelt.

Schets administratie branche nu

Het bijstaan van administratiekantoren om beter te presteren is een actuele noodzaak binnen de branche. Vanuit een rekenvoorbeeld concluderen wij namelijk dat er meer kantoren zijn, dan klanten om te bedienen.

Bert Calatz, eigenaar van NoReJa advies, wijdde hier in eerdere publicaties al uitgebreid aandacht aan.

“Er zijn ongeveer 1,7 miljoen actieve ondernemers, waarvan 70% zzp. En 70 % van de zzp’er maakt te weinig omzet om de boekhouding professioneel uit te besteden. Dat maakt dat ongeveer 900K uit te voeren administraties. Waar dan weer het overgrote deel toch weer een kleine administratie zal zijn. Immers zijn de meeste bedrijven kleinschalig qua opzet.” Eén FTE in de sector is in staat om tussen de 60 tot wel 100 administraties - lees ondernemers - bij te staan met geboden dienstverlening. Met, conservatief geschat zo’n 25.000 FTE werkzaam in de branche mag je stellen dat er meer kantoren zijn dan klanten.

Kantoren zijn zowel fulltime als in deeltijd actief. Deeltijders hebben er dan een baan naast of men verhuurt zich als zzp’er aan MKB’ers of collega kantoorkhouders. In sommige gevallen ontstaan hierdoor afhankelijkheidsrelaties die neerkomen op een dienstverband, zonder de daarbij behorende rechten. Kantoren zijn hierdoor kwetsbaar voor grote schommelingen in omzet.

Hypothese:

Op de vraag wat kantoren als grootste ambitie zien, is het antwoord in de meeste gevallen steevast: automatiseren. Wij kregen sterk de indruk dat automatiseren het panacee was om ieder denkbaar probleem weg te poetsen:

‘Boekhouden, belastingaangiften en zelfs de adviespraktijk worden steeds verder gedigitaliseerd. Traditionele kantoren beseffen steeds meer dat als ze niet meegaan, concurrentie hen inhaalt. “Aan de andere kant zorgt digitalisering er ook voor dat bedrijven makkelijker schaalbaar worden”, vertelt Thijs Broekhuizen, hoofddocent bij de vakgroep innovatiemanagement en strategie van de universiteit Groningen.’

Bron: Nextens (<https://www.nextens.nl/toekomst-van-het-vak/hoe-overtuig-je-je-klanten-van-digitalisering/>)

Vervolg - Hypothese

Onderzoeken wij deze ontwikkeling van ambitie in automatisering binnen de accountancybranche - die overlap vertoont met de administratie-sector-, dan zien wij eveneens dat het eerste accent vooral hierop wordt gelegd.

‘Technologische ontwikkelingen, de mogelijkheid om je als accountant aan te passen aan nieuwe wensen van de klant, het vertrouwen in en de geloofwaardigheid van de accountant. Allemaal zaken die een grote tot zeer grote impact hebben op het beroep van de accountant de komende 5 jaar, aldus specifieke data afkomstig uit de IFAC Global SMP Survey, die de NBA heeft opgevraagd bij de EFAA. De Nederlandse cijfers komen overeen met de Europese gemiddelden.

Bron: Accountancyworld

<https://www.accountancyworld.nl/7/nieuws/551/discussie--technologische-ontwikkelingen-hebben-grote-impact-op-toekomst-accountant.html>

Niet alleen vanuit de vakliteratuur merken wij op dat automatisering een actuele trend is binnen de administratie branche. Het is namelijk een observatie binnen ons eigen netwerk. Ook hier geeft ieder kantoor vooral aan de focus op automatisering heeft.

Dat is niets nieuws onder de zon. Immers ook in menig andere branches geven ondernemers aan een grote ambitie te hebben in het automatiseren van processen. Deze wens komt voort uit de behoefte om repetitieve werkzaamheden en gemakkelijke invoer-opdrachten gemakkelijker te maken. Voor bepaalde klantgroepen kan dat leiden tot een directe efficiëntieslag. Stel dat de klant van een administratiekantoor een winkel is met een grote hoeveelheid te verkopen producten, dan is het fijn dat data direct uit het kassasysteem in het boekhoudprogramma kan worden opgenomen. Het kenmerk van de ambitie tot automatiseren is dat het gemak doorgaans vooral een oplossing is vanuit het kantoor gedefinieerd, maar wel flexibiliteit van de klant vraagt.

Werkwijze:

Om te onderzoeken hoe administratiekantoren hier mee omgaan namen wij telefonisch een semigestructureerd interview af onder ongeveer honderd administratiekantoren binnen de ABCO-gemeenschap. Vrijwel iedereen binnen de benaderde doelgroep stond ons te woord. Daarbij waren wij bij 35 kantoren uitgenodigd voor een fysieke ontmoeting om dieper op de vragen in te gaan.

Zo voerden wij gesprekken waarin wij met de kantoren meerdere thema's behandelden, zoals:

- het volume van de aangiften verdeeld over de btw-maand
- de verdeling van het klantenbestand in grote en kleinere ondernemingen
- de tijdsverdeling
- de manier waarop klanten de administratie aanleveren
- de inrichting van administratiestraat
- de ervaring van de administratiestraat
- ervaringen scan-en-herken-oplossingen

De ervaren drukte in de btw-maand

Uit ons onderzoek blijkt dat bijna 70 procent van de kantoren de btw-maand nog altijd als druk ervaart. 30 procent gaf aan het niet druk te hebben in de btw-maand. Daarvoor werden meerdere oorzaken aangegeven. Men werkte bijvoorbeeld vooral interim en had daardoor slechts een beperkt aantal btw-klanten. Of men interpreteerde de vraagstelling anders, en ervaarde alleen een toename in druk in de 1e helft van het jaar (jaaraangifte periode - zonder uitstel).

Het merendeel van de administratiekantoren ervaart de btw-maand echter wel als druk. Dat wil zeggen: het aandeel dat de btw-aangifte als een grote kerntaak verricht en deze uitvoert voor bijvoorbeeld haar klanten.

Deze kantoren ervaren een specifieke piekbelasting in de btw-maand. Voor die drukte hoorden wij verschillende verklaringen. Uit het respons zetten wij de 3 belangrijkste motivaties puntsgewijs uiteen:

- 'Ik ben een eenmanszaak en moet tussen al mijn activiteiten in een piekmoment veel aangiftes doen.'
- 'Processen zijn geautomatiseerd, echter klanten leveren de administratie niet tijdig aan.'
- 'Processen zijn geautomatiseerd, echter het controleren en corrigeren van gescande stukken vraagt meer tijd dan gedacht.'

Concluderend geeft een aanzienlijke meerderheid van de 'drukte administratiekantoren' aan dat het niet tijdig aanleveren van de stukken door de klant de hoofdoorzaak is. De verrassende uitkomst is dat juist hierbinnen een groot aandeel van de geautomatiseerde kantoren geen winst in efficiëntie opmerkte.

Geïnterviewde kantoren werkten met professionele software, zoals Basecone, Dizzy Data, Trifact365, GotoUBL, Exact, Twinfield, Afas, Cash, e-boekhouden, SnelStart, Nextens en Fiscaal Gemak

De oorzaak van de vertraging ligt dan ook niet in de software zelf, maar ons inziens in de manier waarop de automatisering is geïmplementeerd. Onder de geautomatiseerde kantoren die van de klant verwachten dat men zelf de administratie digitaal aanlevert - werd vaker drukte ervaren. Zij hadden een hogere piekbelasting dan de kantoren die de figuurlijke schoenendoos nog gewoon accepteren.

Een enkeling van de geautomatiseerde kantoren herkende zich niet in de conclusie. Maar dat lag aan het feit dat men tijd investeerde in de klant om deze met de automatisering aan de slag te leren gaan. Zij organiseerden middagen, of bedienden hun klanten met handleidingen die ze wegwijs konden maken.

Klantbeleving

Uit de interviews en de verdiepende bezoeken bleek dat administratiekantoren bedreven zijn in hun vak, namelijk het vak wat wij associëren met 'boekhouden'. Kantoren zijn hierbinnen gedreven om administratieve processen zo optimaal en correct mogelijk uit te voeren. Daarbij houdt men niet altijd rekening met de perceptie van de klant. Want hoe de kantoorhouder het werk ook doet, de uitkomst voor de klant is gelijk. De aangifte BTW is gedaan.

Kantoorhouders streven middels automatisering naar procesoptimalisatie van hun eigen proces echter verplaatst men een deel van dit proces direct naar de klant. Daarentegen is de reden waarom ondernemers het doen van de administratie uitbesteed omdat men er zelf geen affiniteit mee heeft. Men is in de veronderstelling te worden ontzorgd. Vervolgens wordt men geconfronteerd met werkmethodes waarbij men het idee krijgt zelf de 'boekhouding' te doen.

Ons onderzoek wijst uit dat vertraging voortkomt uit het niet tijdig aanleveren van de administratie, waaruit wij kunnen concluderen dat de klant deze activiteit met minder motivatie doet. En dat geldt met name voor klanten die voorheen nog gewend waren aan het werken met tasje en schoenendozen.

Wat klanten in dit scenario missen is namelijk persoonlijke aandacht. Dit kan de klantloyaliteit onder spanning zetten, omdat men twijfelt of de investering door de administratie aan een boekhouder uit te besteden een juiste is. Een ervaring die logisch is, als die toch het werk zelf moet doen. Deze vorm van automatisering veroorzaakt vervreemding en is sowieso geen werkbesparing zoals wij hebben aangetoond in dit onderzoek.

Conclusie

In de oude situatie bestond de aangifte van de btw voor een administratiekantoor - en in mindere mate voor de klant - uit een aantal overzichtelijke stappen. Een klant maakte eens in het kwartaal een afspraak met zijn boekhouder en kwam langs met de ordners. Er volgde een ontmoeting tussen het kantoor en de klant. Dat maakte dat de administratie weer ging leven bij de klant en vice versa, wat de loyaliteit verhoogde. Na deze afspraak ging het kantoor met de ordner aan de slag, de in- en uitgaande facturen werden geboekt en er volgde controle op basis van de bankmutaties. De klant voelde zich gehoord. Hij of zij onthield het gesprek, dus belde het kantoor naderhand dan was men behulpzaam om openstaande vragen in te vullen. Vervolgens volgde een rapportage en kon de aangifte worden ingediend.

Het is logisch dat een administratiekantoor anno 2020 de overweging maakt om via automatisering werk te besparen. In theorie zou dit ook mogelijk moeten zijn. Wij concluderen echter dat bij dit automatiseren in veel gevallen geen werk wordt bespaard, maar verplaatst. Het is nu juist de klant die de feitelijke invoerwerkzaamheden mag doen. Weliswaar digitaal, maar evengoed vergroot het de afstand tussen kantoor en klant. Daarbij bespaart het kantoor dikwijls geen werk. Immers, men voert dan weliswaar zelf geen bonnen meer in men zal toch nog moeten controleren. Voorheen was dit invoeren en controleren één handeling door dat men het boeken zelf deed.

Nu zijn het twee handelingen geworden. Het boeken - in de vorm van scannen of mailen door de klant en vervolgens het controleren door het kantoor. En daarbij signaleert het kantoor - door de live bankkoppeling - nu veel eerder het gemis aan corresponderende documenten. Het effect hiervan is dat je als kantoor - om drukte later in de maand te voorkomen - veel eerder met de klant contact zoekt - dikwijls per mail - waarin om documenten wordt gevraagd. Echter vanuit klantperspectief is dit vooral communicatie gericht om een probleem van het kantoor op te lossen. De klant voelt zich aan het werk gezet en daar ook nog voor te moeten betalen aan een derde partij. De meerwaarde en het oplossend vermogen van het kantoor verdwijnt hiermee voor de klant.

Aanbeveling:

De drukte in de btw maand - een probleem voor het kantoor - proberen op te lossen met behulp van automatisering is in beginsel natuurlijk prima. Echter het mag nooit ten koste van de klant gaan. Wanneer de klant meent zelf aan de slag te moeten, staat de meerwaarde van (en loyaliteit aan) het kantoor ter discussie.

Het inzetten van automatiseringen blijft betekenis houden zolang het uitgangspunt maar de klant is. Het kantoor moet zich constant uitgedaagd voelen te werken aan het probleemoplossend vermogen in relatie tot de klant. Welk probleem heeft de klant echt? Wat kan de rol van het kantoor zijn om de klant verder te helpen met zijn of haar onderneming? Relevante zaken die vragen om een passend antwoord.

En wanneer men de overweging maakt om te automatiseren, moet men waakzaam zijn zich hierin niet te verliezen. Het reflex lijkt nu op een naadloos op elkaar aansluiten en daardoor foutloos communiceren van de verschillende applicaties als scan en herken, boekhoudsoftware en eventueel externe facturatiemodules. Vervolgens neemt men een abonnement af en is de verwachting dat het werkt. Een goede implementatie van verschillende software toepassingen in combinatie met een goede fysieke communicatie naar de klant toe is daarbij leidend voor een succesvolle werkwijze.

Onze aanbeveling is dan ook vooral een pleitbezorging om zich niet te verliezen in de automatisering en te blijven investeren in de klantrelatie.