

Column van drs. P.W.A. Kasteleyn EMFC RC

Jaarverslag of reclamefolder?



Het is weer tijd voor jaarcijfers. En bij de cijfers horen analyses. Om een evenwichtige en volledige analyse bij de cijfers in de jaarrekening te krijgen is het directieverslag of bestuursverslag een probaat middel. De droge cijfers worden in de jaarrekening gegeven. In het jaarverslag heeft de directie de kans om in begrijpelijke woorden haar visie op verleden, heden en toekomst van de onderneming te geven. De vraag is of dat ook gebeurt.

"Het jaarverslag geeft een getrouw beeld van de toestand op de balansdatum, de ontwikkeling gedurende het boekjaar en de resultaten (...). Het jaarverslag bevat (...) een evenwichtige en volledige analyse van de toestand op de balansdatum, de ontwikkeling gedurende het boekjaar en de resultaten. Indien noodzakelijk voor een goed begrip van de ontwikkeling (...) omvat de analyse zowel financiële als niet-financiële prestatie-indicatoren, met inbegrip van milieu- en personeelsaangelegenheden. Het jaarverslag geeft tevens een beschrijving van de voornaamste risico's en onzekerheden waarmee de rechtspersoon wordt geconfronteerd"(artikel 2:391, lid 1 BW).

en "In het jaarverslag worden mededelingen gedaan omtrent de verwachte gang van zaken; daarbij wordt (...), in het bijzonder aandacht besteed aan de investeringen, de financiering en de personeelsbezetting en aan de omstandigheden waarvan de ontwikkeling van de omzet en van de rentabiliteit afhankelijk is (...). Vermeld wordt hoe bijzondere gebeurtenissen waarmee in de jaarrekening geen rekening behoeft te worden gehouden, de verwachtingen hebben beïnvloed" (artikel 2:391, lid 2 BW).

Met deze wetsartikelen in de hand moet het eenvoudig zijn een goede analyse te krijgen van de resultaatontwikkeling van de onderneming.

Bij de jaarverslagen die dit voorjaar zijn gepresenteerd, zijn er vele met een tegenvallende of achterblijvende resultaatontwikkeling. Interessant is uiteraard te weten hoe dit in het jaarverslag geanalyseerd wordt:

- 1. De hypotheekcrisis, of breder de crisis op de internationale geldmarkten.*
- 2. De daling van de dollarkoers.*
- 3. De stijging van de olie- en grondstofprijzen.*

Ik durf niet te twifelen aan deze analyses, maar stel gelijktijdig vast dat ik in het verleden zelden gelezen heb over positieve resultaatontwikkelingen als gevolg van de forse groei van de huizenmarkt in de VS, de stijging van de dollarkoers of de daling van grondstofprijzen. Terwijl dit zich ook heeft voorgedaan!

Gelukkig zijn er ook veel ondernemingen die een positieve ontwikkeling van het resultaat melden, met de daarbij behorende 'haarscherpe' analyse:

- 1. Dankzij de groeistrategie van de onderneming.*
- 2. De fusie die zijn vruchten afwerpt.*
- 3. De succesvol doorgevoerde reorganisatie.*

Ook aan deze analyses twijfel ik niet, maar stel vast dat een negatieve ontwikkeling van de resultaten nauwelijks gekoppeld wordt aan de tegenvallende groeistrategie, de mislukte fusie (en die zijn er toch?) of de moeizaam verlopen reorganisatie.

Er zijn ondernemingen die naast een jaarverslag een maatschappelijk verslag maken (of dit onderdeel laten uitmaken van het jaarverslag). Maatschappelijke verslagen omvatten veelal een breder scala van onderwerpen, zoals milieu, sociaal beleid, mensenrechten, ondernemingsbestuur en de relatie met de stakeholders van de onderneming. Recent Nederlands onderzoek toont aan dat bij 60% van 25 AEX-fondsen en andere vooraanstaande bedrijven de positieve berichtgeving in het maatschappelijk verslag overheerst of er zelfs helemaal geen negatieve berichten in staan.

Vele onderzoeken tonen aan dat de omvang van het jaarverslag ieder jaar blijft groeien. Kennelijk om de verschillende doelgroepen van de onderneming beter te bedienen en om antwoord te geven op de toenemende vraag naar meer transparantie. Ondanks deze ontwikkeling is het jaarverslag lang niet altijd evenwichtig en werkt de omvang juist als dekmantel. Als een negatieve ontwikkeling in voetnoot 4 op pagina 233 van het jaarverslag wordt opgesomd, dan is het gemeld. Had de lezer maar beter moeten opletten!

Zijn er uitzonderingen op dit beeld?

Jazeker. Het komt voor dat ondernemingen een negatieve resultaatontwikkeling koppelen aan slechte interne processen of een moeizaam overnameproces. Maar deze constatering wordt vaak gedaan door nieuw management dat forse ingrepen doet met hoge eenmalige herstructureringslasten. Dat slechte resultaat wordt dan ook nog aan de voorgangers toegewezen. Als dan ook nog de resultaatafhankelijke beloning kan worden bijgesteld is het doel bereikt. Een negatief resultaat in combinatie met een slechte interne organisatie lijkt dan eerder een motivatie te zijn om in te grijpen, dan een accurate verklaring voor de slechte resultaten.

Kortom, negatieve ontwikkelingen zijn te wijten aan de (externe) omgeving, positieve te danken aan het (eigen) succesvolle beleid.

Moeten wij dit erg vinden?

Het zou natuurlijk beter zijn als er meer evenwicht zou komen in de analyse van de eigen successen en het eigen falen, tussen de positieve en negatieve externe ontwikkelingen en invloeden. En misschien is het ook wel niet zo zwart-wit als ik het hier schets. Belangrijk is in ieder geval dat wij ons ervan bewust zijn als gebruiker van het jaarverslag. En dat wij op een evenwichtig jaarverslag toezien als wij als controller medeauteur zijn!

Mogen ondernemingen maar zeggen wat ze willen?

Nee, zeker niet. Weliswaar kan de onderneming voor een groot deel zelf bepalen waarover zij informatie wil verstrekken en verantwoording wenst af te leggen. Zeker in het directieverslag. Het jaarverslag mag echter niet in strijd zijn met de jaarrekening en moet overeenkomstig de wettelijke bepalingen worden opgesteld (artikel 2:391, lid 4 BW). Gelukkig is er nog de accountant die dat mag bevestigen.

Een strak normenkader ontbreekt echter voor de controlerend accountant waar het gaat om de evenwichtige en volledige analyse in het jaarverslag. En het aanwijzen van externe bedreigingen en interne successen blijft altijd wel in te passen binnen de wettelijke bepalingen. Gelukkig zijn er dan nog de analisten die de mooiweerbroschures doorzien en de beleggers die vertellen hoe het bedrijf er werkelijk voorstaat.

Een artikel over de jaarverslaggeving in de Financial Times (14 februari 2008) vat het goed samen: "It becomes part marketing brochure, part shareholder communication, part chairman's ego-trip".

2008-079