

Externe financiële verslaggeving op het internet in Nederland

Stand van zaken en determinanten

Nadine Lybaert

SAMENVATTING Als uitgangspunt voor deze studie wordt een index ontwikkeld om de mate en kwaliteit van de externe verslaggeving via het internet (EVI) te meten. Hoewel deze vorm van financiële verslaggeving in Nederland een vaststaand gegeven lijkt te zijn, doet de omvang van de EVI-index vermoeden dat de situatie zeker niet optimaal te noemen is. De scores voor de ondernemingen afzonderlijk bedragen aldus tussen 11 en 74%. De resultaten met betrekking tot inhoud, tijdigheid, technologie en gebruiksondersteuning maken duidelijk dat heel wat websites voor verbetering vatbaar zijn. Bij het nagaan van factoren die van invloed zijn op de omvang van de EVI-index, blijkt dat niet alleen de inspiratie door concurrenten deze verschillen enigszins verklaart, maar ook bedrijfsfactoren als de bedrijfsomvang, de invloed van houdstermaatschappijen en het internationale karakter van de onderneming.

1 Inleiding

Websites van ondernemingen zijn ontworpen om diverse redenen, waaronder het adverteren van de bedrijfsproducten, het vergemakkelijken van elektronische handel, het promoten van merkherkenning, het aantrekken van mogelijke werknemers, en het verbeteren van het bedrijfsimago. Daarnaast kan ook de mogelijkheid tot communicatie met potentiële en bestaande aandeelhouders de aanleiding vormen tot

Prof. Dr. N. Lybaert is docent Accountancy aan het Limburgs Universitair Centrum in België. Zij was als universitair docent Financial Accounting verbonden aan de Universiteit Maastricht van 1997 tot 2000.

het opzetten van een website, met name door de vrijwillige rapportering op internet van bedrijfs- en financiële informatie.

De voordelen die het internet heeft boven bestaande communicatietechnologieën in de overdracht van bedrijfsgegevens maakt dat het internet in het bijzonder geschikt lijkt voor dergelijke rapportering, en een effectief communicatiemedium biedt om de traditionele rapporteringpraktijken aan te vullen. Volgens sommige bronnen zou er onder deskundigen consensus bestaan aangaande het feit dat tegen 2010 rapportering via het internet de norm uitmaakt voor bedrijfscommunicatie (Xiao et al., 2000). Er is alvast bewijs voor de ernst waarmee professionele accountancygroeperingen deze speculaties bekijken (onder meer Spaul, 1997; Lymer et al., 1999; FASB, 2000).

Gegeven het toenemend belang van internet en de relevantie ervan voor financiële verslaggeving is het ook niet verwonderlijk dat het hier gaat om een toenemend populair onderzoeksonderwerp. Niet alle artikelen speculeren echter over het toekomstige gebruik van het internet. Waarschijnlijk komt de grootste nadruk bij onderzoek betreffende elektronische verspreiding te liggen op het verzamelen en rapporteren van beschrijvende statistieken. In sommige gevallen worden deze cijfers vervolgens als afhankelijke variabelen beschouwd, en wordt ingegaan op onafhankelijke variabelen die deze resultaten kunnen beïnvloeden.

Ook dit artikel wil beide domeinen integreren. Allereerst wordt de situatie met betrekking tot internetrapportering in Nederland beschreven, op basis van een empirische studie uitgevoerd in juli 2000. Deze studie gaat hierbij verder dan voorgaande studies, omdat alle ondernemingen genoteerd op de

AEX tot de steekproef behoren, meer kenmerken worden onderzocht dan alleen de kenmerken die zijn gerelateerd aan de jaarverslaggeving, en er een score voor elke onderneming afzonderlijk wordt berekend, iets wat tot dusver niet gebeurde.

We zijn ons bewust dat in het licht van de ontwikkelingen op dit vlak, deze resultaten alleen een poging zijn om 'tijdelijke' praktijken weer te geven. Doch voortbouwende op deze resultaten, willen we empirisch die factoren testen die ten grondslag liggen aan de verschillen in lay-out en inhoud van de websites. Hierbij beperken we ons weliswaar tot ondernemings-specifieke kenmerken die in de jaarrekening staan vermeld, maar opteren we er wel voor om ook nooit eerder onderzochte variabelen in deze gegevensbron te identificeren en te onderzoeken. In Nederland is tot dusver weinig aandacht aan dit verschijnsel besteed. Als aanloop naar deze uitwerking wordt even stilgestaan bij het mogelijk bestaan van een 'follower's effect'.

Het vervolg van dit artikel bestaat grosso modo uit drie delen. Aldus wordt in paragraaf 2 een kort overzicht gegeven van eerder onderzoek gerelateerd aan bedrijfsrapportering via het internet. Paragraaf 3 bespreekt dan onze eigen empirische bevindingen. Paragraaf 3.1 start met de ontwikkeling van een index om de mate en kwaliteit van de externe verslaggeving op het internet te meten, de EVI-index genoemd. Paragraaf 3.2 gaat in op de behaalde scores, zowel per item als per onderneming. In wat volgt wordt dan onderzoek gedaan naar factoren die van invloed zijn op de omvang van de EVI-index. Paragraaf 3.3 gaat in op de potentiële impact van de concurrenten, terwijl paragraaf 3.4 acht andere bedrijfsspecifieke variabelen van naderbij bekijkt. Het artikel wordt afgesloten met een samenvatting en conclusies.

2 Literatuuroverzicht

2.1 De stand van zaken met betrekking tot financiële verslaggeving via het internet

Voor diegenen die totaal onbekend zijn met het fenomeen van verslaggeving via het internet, kunnen de rapporten gesponsord door de Financial Accounting Standards Board (FASB, 2000) en het International Accounting Standards Committee (Lymer et al., 1999) een goed vertrekpunt zijn. Hierin worden diverse aanverwante problemen behandeld. Hoewel veel publicaties over dit onderwerp uit professionele bronnen voortvloeien of hoofdzakelijk werden geschreven voor de praktijk (Lymer, 1999), kan er een toenemen-

de interesse vanuit de academische wereld worden vastgesteld voor het gebruik van internet voor financiële verslaggeving.

Eerdere studies die in hoofdzaak beschrijvend zijn, en de bestaande toestand van internetverslaggeving in eigen land illustreren, zijn bijvoorbeeld Craven en Marston (1999) voor het Verenigd Koninkrijk, Gowthorpe en Amat (1999), Molero et al. (1999) en Sevillano en Molero (2001) voor Spanje, Hedlin (1999) voor Zweden, Pirchegger en Wagenhofer (1999) voor Oostenrijk, en Holm (2000) voor Denemarken. Deze rapporten zijn allemaal 'single-nation' studies. Slechts bij uitzondering onderzoeken empirische studies meer dan één land. Voorbeelden zijn de CAROL UK studie (1999) met betrekking tot duizend Europese ondernemingen, Debreceny et al. (1999) met betrekking tot Frankrijk, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk, Deller et al. (1999) met betrekking tot de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk en Duitsland, Bonson et al. (2000) met betrekking tot Eurostoxx50-bedrijven, en Cordazzo (2001) met betrekking tot Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk, de Verenigde Staten, Duitsland en Spanje. Studies die zich alleen op de Verenigde Staten richtten, zijn bijvoorbeeld Ashbaugh et al. (1999) en Ettredge et al. (1999, 2000a, 2000b, 2001). Merk op dat dit literatuuroverzicht alleen studies omvat die zijn gepubliceerd sinds 1999, en dat het niet als volledig dient te worden beschouwd.

Al deze studies tonen aan dat financiële verslaggeving via het internet een vaststaand gegeven lijkt te zijn. Wereldwijd hebben de meeste grote ondernemingen in de meeste landen websites, en een toenemend percentage van die ondernemingen plaatst hierop bedrijfsinformatie, waaronder financiële gegevens. Andere bevindingen zijn dat er geen unieke manier bestaat voor het verlenen van toegang tot de financiële informatie, dat er veel verschillen in de vrijgegeven informatie zijn en dat de gebruiken voor financiële verslaggeving via het internet tot dusver hoofdzakelijk routine zijn.

Bij dit alles dient te worden opgemerkt dat elke studie een andere lijst van criteria aanwendt om websites te evalueren. Het meest uitgebreide onderzoek is ongetwijfeld het onderzoek van de FASB (2000). Meer specifiek werden hier gegevens verzameld aangaande 325 attributen, waarvan er 292 een 'ja'- of 'neen'-antwoord vereisten. Andere studies beperken zich tot een zeer rudimentaire indeling. Aldus verdelen Craven en Marston (1999) de onderzochte ondernemingen in

vier groepen, naargelang ze al dan niet een website hebben, al dan niet financiële informatie vrijgeven, en deze informatie al dan niet in samengevatte vorm wordt verstrekt. De studies van Molero et al. (1999) en Sevillano en Molero (2001) volgen een soortgelijke procedure.

Zoals in elk ontwikkeld land waar internet is doorgedrongen, komt het gebruik van internet voor financiële verslaggeving ook in Nederlandse tijdschriften aan bod. Veel van deze literatuur is echter gericht tot een publiek van praktiserende professionele accountants, en niet zelden gedreven door expliciete commerciële belangen. Onderwerpen die vaak worden aangehaald, zijn de moeilijkheden die rijzen aangaande de jaarrekeningcontrole, de impact op de interne organisatie, en de nieuwe diensten voor accountants.

Toch zijn ook beschrijvende statistieken aangaande internetverslaggeving te vinden. Aldus was Nederland één van de 22 onderzochte landen in de studie van Lymer et al. (1999). Op basis van dertig onderzochte bedrijven werd geconcludeerd dat, hoewel het Verenigd Koninkrijk beter scoorde, Nederland snel leek in te halen. Andere studies die ons inzicht geven in de mate waarin Nederlandse bedrijven gebruikmaken van het web voor financiële verslaggeving, zijn Pronk en Gelderman (1997), Blommaert en Mertens (1999) en Camfferman et al. (2002). Zij onderzochten respectievelijk 180, 44 en 48 beursgenoteerde ondernemingen. Ook uit deze onderzoeken blijkt dat het aanbod aan financiële rapportages op het web fors toeneemt, en dat de details sterk kunnen verschillen. De vaststelling dat de lay-out en de inhoud van de op internet gepubliceerde jaarrekening sterk verschilt, is echter niet verwonderlijk, aangezien

Tabel 1. Invloeden op internetgebruik bestudeerd sinds 1999

	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n
a. Ashbaugh et al., 1999														
b. Craven en Marston, 1999														
c. Craven en Otsmani, 1999														
d. Debreceny et al., 1999														
e. Ettredge et al., 1999														
f. Hedlin, 1999														
g. Molero et al., 1999														
h. Pirchegger en Wagenhofer, 1999														
i. Ettredge et al., 2000a														
j. FASB, 2000														
k. Holm, 2000														
l. Cordazzo, 2001														
m. Gassen, 2001														
n. Sevillano en Molero, 2001														
Bedrijfsfactoren														
bedrijfsomvang	+	+	+	+		+	+	+	+		+		+	+
winstgevendheid	+								0					
kwaliteit van papieren rapportering	+								+					
industrietype (bedrijfstak)	x	0	x				x				x	0	0	x
mate van financiering met eigen vermogen					0									
accountantscontrole door Big-5					0									
solvabiliteit					0									
toegang tot internationale kapitaalmarkten					0									
complexiteit van de gebruikers free float					x									
behoefte aan nieuw extern kapitaal									+					
systematisch risico									-					
aandelenbezit bedrijfsinternen									0					
aandelenbezit institutionele investeerders									0					
bedrijfsfilosofie en doelstellingen									x					
Nationale factoren														
mate van regelgeving aandelenmarkt					0									
penetratie internetgebruik in maatschappij					+									
omvang van nationaal beurswezen											0			

0 = geen relatie ; x = een relatie ; + = een positieve relatie ; - = een negatieve relatie

ook Nederlandse bedrijven opereren in een omgeving zonder specifieke nationale of internationale regelgeving voor internetrapportering.

2.2 Beïnvloedende factoren

Wetende dat de deelname in internetrapportering voor ondernemingen dient te worden gezien als een

component van hun vrijwillige rapporteringpraktijken, is het variabele gebruik niet verwonderlijk. Zoals de FASB (2000) stelt: 'Because companies are not specifically required to place their financial reports on the Web, any company that does so is doing it voluntarily. In addition, there are no specific rules that say what companies must include in their Web financial reports. Therefore, other than outright misrepresentation of the facts, companies are free to include as much or as little as they choose.' Zolang deze vrijwillige, niet-gereguleerde omgeving van internet-rapportering blijft bestaan, zal de variatie aanhouden. Aanzienlijke studies werden gewijd aan het onderzoeken van de initiële openbaarmaking van financiële informatie, en aan het bestuderen van de beleidsbeslissingen om niet-verplichte (financiële) gegevens vrijwillig te publiceren (onder meer Botosan, 1997; Frankel et al., 1999; FASB, 2001; Van de Wiele, 2001). Desondanks weten we nog weinig over wat ondernemingen motiveert om de toegenomen kosten van additionele verspreiding via websites of enig ander medium te dragen.

Bij het zoeken naar en selecteren van invloeden, gebruiken de onderzoekers vaak een benadering die zowel een intuïtieve selectie, een verwijzing naar voorgaande empirische resultaten, als één of meerdere theorieën insluit. Een rode draad in vele studies is ook de verwijzing naar kosten en baten van internet-rapportering. De hoeveelheid vrijgegeven informatie zal immers variëren tengevolge van de pogingen van de bedrijven om de baten uit de omvangrijke investeringen te maximaliseren.

Een overzicht van eerder onderzochte variabelen wordt – samen met de melding of ze al dan niet significant zijn – weergegeven in tabel 1. Het overzicht start in 1999.

De enige studie die we kennen met betrekking tot de Nederlandse situatie, is die van Pronk en Gelderman (1997). Zij kwamen tot de bevinding dat de winnaars van de Sijthoff-prijs meer aanwezig zijn op het internet, en ook hun financiële informatie vaker vrijgeven via dit medium. Ook wordt aangetoond dat de grote genoteerde bedrijven meer progressief zijn.

3 Onze bevindingen

3.1 De ontwikkeling van de EVI-index

Essentieel voor dit onderzoek is het verkrijgen van inzicht in de mate en de kwaliteit van de externe

financiële verslaggeving op het internet bij Nederlandse bedrijven. Aangezien de meting van internet-rapportering geen exacte wetenschap is, diende er dan ook te worden gestart met het ontwikkelen van een index – in het vervolg de EVI-index genoemd – die kan worden aangewend om dit abstracte concept indirect te meten. De studie die als basis wordt gebruikt, is die van Pirchegger en Wagenhofer (1999) met betrekking tot Oostenrijk. Wat hun onderzoek zo aantrekkelijk maakt, is het feit dat hun lijst van criteria, gebruikt om de websites te evalueren, vier kenmerkende gebieden betreft, zijnde inhoud, tijdigheid, technologie en gebruiksondersteuning.

Hoewel deze indeling werd behouden, opteerden we ervoor om ons voor de eerste groep criteria, zijnde de inhoud, niet alleen te beperken tot de meting van de vrijgegeven financiële informatie. In tegenstelling tot Pirchegger en Wagenhofer voegden we een additionele groep variabelen toe met betrekking tot investeerdergerelateerde informatie. De reden hiervoor is dat internet steeds meer wordt gezien als een instrument om deze informatie te communiceren (Ashbaugh et al., 1999; FASB, 2000).

Vanzelfsprekend werden voor elke groep van criteria ook eigen vragen ontwikkeld. De redenen hiervoor waren het integreren van de Nederlandse kenmerken, het weergeven van recente resultaten in de literatuur, en het realiseren van een kortere vragenlijst. Variabelen werden ook zodanig gekozen, dat een maximale waarschijnlijkheid van aanwezigheid kon worden vooropgesteld. De ontwikkelde vragen zijn te vinden in bijlage 1 bij dit artikel, en worden verder besproken.

Teneinde per onderneming tot de EVI-index te komen, werd een antwoord op alle vragen voor elk van de onderzochte ondernemingen opgezocht. Elk criterium werd zodanig geformuleerd dat het kon worden beantwoord door 1 (voldaan) of 0 (niet voldaan). Om tot een score te komen, werden de scores voor de afzonderlijke criteria opgeteld. In tegenstelling tot Pirchegger en Wagenhofer (1999) kenden we geen individuele gewichten toe aan de criteria binnen elke groep. Daarentegen ontwaren we, net als deze auteurs, de criteria van inhoud en tijdigheid als belangrijker dan deze van technologie en gebruiksondersteuning. Concreet werden de volgende gewichten toegekend: beide criteria van inhoud, met name financiële informatie en investeerdergerelateerde informatie, krijgen een gewicht van 0,3, de criteria van tijdigheid krijgt een gewicht van 0,2 en de criteria van technologie en gebruiksondersteuning krijgen elk

het gewicht 0,1. Om tot de globale definitieve score te komen, werd de aldus verkregen som herrekend naar het maximum van 100.

Deze EVI-index werd ontwikkeld voor alle ondernemingen die enerzijds genoteerd zijn op de AEX, en anderzijds hun jaarrekening deponeren in Nederland. In juni 2000 voldeden 188 ondernemingen aan beide criteria. Voor twintig daarvan kon echter geen homepage worden geïdentificeerd. Van de 168 bedrijven met een webadres konden er zes (nog) niet worden geopend. Daarenboven bleken tien ondernemingen helemaal geen financiële informatie op hun website vrij te geven, zodat het aantal te onderzoeken ondernemingen op 152 werd gebracht.

De EVI-index die aldus voor de 152 ondernemingen wordt verkregen, is tevens het vertrekpunt voor het nagaan van de mogelijke invloeden op de omvang ervan. Alvorens echter tot deze analyse over te gaan, wordt eerst ingegaan op de resultaten die werden verkregen voor elke onderzochte vraag afzonderlijk en globaal voor de ondernemingen.

Tot slot kan nog worden gemeld dat – teneinde de resultaten zo goed mogelijk te kunnen vergelijken en consistentie te bereiken – de gegevens werden verzameld in de korte tijdspanne van veertien dagen (zijnde de twee eerste weken van juli 2000), en dit door slechts één onderzoeker. Zelfs een vluchtig overzicht bracht een sterke diversiteit in termen van inhoud en presentatie aan het licht. Daarnaast wordt het invullen van de vragenlijst bemoeilijkt door de sterke verschillen in de structuur van de websites. Op de meeste websites is de informatie verspreid over diverse pagina's (zie Holm, 2000 voor deze problematiek).

3.2 De 'state of the art'

Resultaten per item

Het zou te ver voeren om elke vraag en vaststelling afzonderlijk te bespreken. Daarom beperken we ons hier tot enkele algemene bevindingen die te trekken zijn uit Bijlage 1¹. Met betrekking tot de gepubliceerde financiële informatie kan worden gesteld dat – terwijl de lezer van een gedrukt jaarverslag een redelijke verwachting kan hebben dat het ingebonden document een voorspelbare set van informatie omvat – de informatie aangereikt via internet deze kwaliteit van voorspelde volledigheid niet heeft. Meer nog, de internetgebruikers kunnen zelfs niet verwachten de meest recente informatie te vinden, terwijl ondernemingen, in tegenstelling tot vele voorspellingen, ook niet geneigd lijken tussentijds informatie vrij te geven.

Ook voor wat de investeerdergerelateerde informatie betreft, verwachten de ondernemingen kennelijk dat de investeerders andere gespecialiseerde informatiekanalen gebruiken om bepaalde cruciale gegevens te verkrijgen. Voordat het internet kan worden getypeerd als een systeem van 'real-time' rapportering, of als een belangrijk instrument voor het verstrekken van informatie aan investeerders, dient blijkbaar nog veel te veranderen.

Veel tekortkomingen bestaan er ook met betrekking tot de integratie van de internetrapportering in de interne organisatie. Meer concreet werd tot deze vaststelling gekomen na het verzenden van twee vragen² naar de e-mailadressen vermeld op de website, waarna de reactietijd op deze vragen werd gemeten. Er bleken aldus ondernemingen te zijn die zelfs nooit reageerden, hoewel zij de mogelijkheid bieden de nodige gegevens via de rechtstreekse aanvraagservice op te vragen. Ook de andere resultaten met betrekking tot tijdigheid tonen aan dat ondernemingen nog niet de mogelijkheden aanwenden die het web aanreikt voor snelle of ogenblikkelijke updating van gegevens, waaronder de beurskoers. En dat terwijl tijdigheid en kwaliteit samenhangen, en het nut van de vrijgegeven informatie bepaalt.

Resultaten tonen ook aan dat ondernemingen voornamelijk geen gebruikmaken van de beschikbare technologieën om hun websites op te bouwen als informatiebron voor de investeerder. Sommige ondernemingen falen zelfs nog in een basiskarakteristiek als het vervullen van de homepage binnen tien seconden. Het belangrijkste onderzochte technologische aspect betreft waarschijnlijk het gebruik van HTML- en PDF-formaat voor het ontwerpen van de webpagina's. Het feit dat nog 99 ondernemingen de tijd en moeite nemen om hun gedrukte rapporten om te zetten in HTML wijst er dan weer op dat deze ondernemingen serieus zijn met het gebruik van het web als middel om informatie te verspreiden³.

Ook met betrekking tot gebruiksondersteuning kunnen tekortkomingen worden vastgesteld. Hoewel enkele criteria met het ontwerp en de lay-out van de websites zeer goed scoren, dient toch te worden geconcludeerd dat nog teveel ondernemingen geen intuïtief adres hebben (in de zin van [http://www.\[bedrijf\].com](http://www.[bedrijf].com) of [http://www.\[bedrijf\].nl](http://www.[bedrijf].nl)) en de gebruikers niet helpen de website te besturen. Resultaten suggereren ook dat ondernemingen zelfs algemene items als het adres of de activagrootte niet als belangrijk beschouwen voor de bezoekers van de

Tabel 2. Samenvattende cijfers met betrekking tot de scores (per criteria en globaal): voor de totale steekproef

	Financiële inhoud	Investeerders inhoud	Tijdigheid	Technologie	Gebruiks-ondersteuning	Ongewogen totale score	Gewogen totale score
Gemiddelde	69	36	35	58	72	54	46
Mediaan	78	33	38	63	78	55	46
Range	0 - 100	0 - 78	0 - 100	25 - 100	22 - 100	23 - 83	11 - 74
Variantie	538	280	524	224	208	124,6	137,7

website. Aangezien de bruikbaarheid van de financiële verslaggeving op het internet ook van deze aspecten afhangt, kunnen vragen rijzen.

Resultaten per onderneming

Zoals eerder aan bod kwam, werd aan hand van deze criteria voor elk van de 152 ondernemingen uit de steekproef de EVI-index berekend. Enkele samenvattende cijfers zijn weergegeven in tabel 2⁴.

Hieruit blijkt onder meer dat, ondanks de wijde variatie in de scores, geen enkele onderneming na weging een hogere score dan 75% behaalt. De meerderheid van de ondernemingen scoort rond de 50%. Meer specifiek vertonen 101 ondernemingen een score tussen 35 en 55%.

3.3 Followers' effect

Gezien het feit dat we als criteria voor de beoordeling van de websites een compilatie van kenmerken hebben geselecteerd die 'gemakkelijk en geriefelijk' zijn, lijkt het verwonderlijk dat geen score van 100 werd behaald. Gegeven de kosten van het opzetten en het onderhouden van een website, ligt het echter niet voor de hand dat de ondernemingen dit maximum willen bereiken, noch dat gebruikers dit zouden wensen. Ondernemingen maken een afweging tussen kosten en baten, en vele interne en externe factoren kunnen de beslissing beïnvloeden aangaande de investering in het ontwerpen van een website voor het verstrekken van financiële informatie.

Alvorens enkele beïnvloedende factoren te bestuderen, willen we ingaan op de potentiële impact van de concurrenten hierbij. Internet geeft de ondernemingen ongetwijfeld een competitief voordeel boven die concurrenten die niet overgaan tot internetverslaggeving (Debrecey et al., 1999). Ons inziens zijn de ondernemingen in onze steekproef dan ook (deels) geïnspireerd door de concurrent om een website te ontwikkelen, en/of hierop financiële informatie vrij te

geven. Ook in de literatuur wordt gewag gemaakt van het feit dat ondernemingen een website creëren ten einde gelijke tred te houden met de concurrenten (Ashbaugh et al., 1999), en dat ze zeer goed op de hoogte zijn van hetgeen deze concurrenten in dit opzicht doen (Lymer, 1999; FASB, 2000).

Om het bestaan van het followers' effect te bewijzen, willen we aantonen dat de scores binnen één enkele sector meer homogeen zijn, in tegenstelling tot de wijde variatie in de scores die wordt bereikt voor alle ondernemingen van de steekproef samen. Om dit te toetsen richtten wij ons op twee sectoren, met name sector 51 (groothandel en handelsbemiddeling, niet in auto's en motorfietsen) en sector 72 (computer-service en IT-bureaus), met respectievelijk 19 en 24 ondernemingen. De keuze lag voor de hand, daar dit de enige sectoren betreft met meer dan vijftien ondernemingen.

Zoals uit de samenvattende cijfers van tabel 3 en tabel 4 kan worden afgeleid, kan inderdaad worden geconcludeerd dat de variantie van de totale score heel sterk is afgenomen, vooral voor sector 72. Ook de varianties van de afzonderlijke groepen van criteria werden kleiner. Vooral deze van de financiële inhoud is vermeldenswaard.

Om na te gaan of de hogere variantie voor financiële inhoud in sector 51 verklaard kan worden door een verschillend rapporteringgedrag door concurrenten in de sector, werd besloten om al de ondernemingen van beide sectoren via e-mail naar volgende gegevens te vragen: de datum van het opzetten van de website, de datum van de publicatie van de eerste financiële gegevens, en de datum van de publicatie van de eerste jaarrekening. Slechts voor vier ondernemingen ontbraken de vereiste antwoorden.

Zonder in detail in te gaan op de verkregen antwoorden, kan worden gesteld dat binnen dezelfde sector het rapporteringgedrag in grote lijnen homogeen lijkt

Tabel 3. Samenvattende cijfers met betrekking tot de scores (per criteria en globaal): voor sector 51

	Financiële inhoud	Investerders inhoud	Tijdigheid	Technologie	Gebruiks-ondersteuning	Ongewogen totale score	Gewogen totale score
Gemiddelde	61	36	27	51	68	49	41
Mediaan	67	33	25	50	67	48	43
Range	0 - 89	22 - 56	0 - 50	38 - 75	33 - 89	33 - 65	25 - 58
Variantie	589	168	230	168	244	87	93

Tabel 4. Samenvattende cijfers met betrekking tot de scores (per criteria en globaal): voor sector 72

	Financiële inhoud	Investerders inhoud	Tijdigheid	Technologie	Gebruiks-ondersteuning	Ongewogen totale score	Gewogen totale score
Gemiddelde	76	31	36	60	76	56	47
Mediaan	78	33	38	63	78	58	46
Range	44 - 100	11 - 67	0 - 75	38 - 88	56 - 100	44 - 67	37 - 61
Variantie	153	209	510	141	138	43	44

te zijn. Aldus blijken in sector 51 de twee eerst gevraagde data samen te vallen, terwijl in sector 71 eerder de twee laatst gevraagde data samenvallen. Een opmerking die zeker dient te worden vermeld, is dat er geen ordening van de scores mogelijk is volgens de termijn van aanwezigheid op het web. Anders gesteld, de laatste ondernemingen die op internet gingen hebben niet de laagste score, terwijl tezelfdertijd de eerst aanwezigen ook niet de beste scores vertonen.

3.4 Beïnvloedende factoren

Zoals aangehaald, beogen we in deze studie de invloed van ondernemings specifieke kenmerken na te gaan, die weer te vinden zijn in de jaarrekening. Uit tabel 1 kunnen hiertoe alvast zeven eerder onderzochte variabelen worden geselecteerd. Daarnaast integreerden we nog drie variabelen als mogelijk alternatief voor andere onderzochte variabelen (zie verder voor meer details). Omwille van dataproblemen dienden de invloeden van de 'keuze accountantskantoor' en 'bedrijfstak waarin de onderneming opereert' echter te worden geschrapt⁵. De acht definitief geïntegreerde variabelen zijn, samen met de verwachte invloed, weergegeven in de volgende hypothese:

Ceteris paribus, is de EVI-index score gerelateerd aan de bedrijfsomvang (+), de solvabiliteit (+), de groei (+), de invloed van houdstermaatschappijen (-), het aantal beursnoteringen (+), de mate van financiering met eigen vermogen (+), de internationalisatie van activiteiten (+) en de winstgevendheid (+).

Aangezien niet voor alle 152 ondernemingen waarvoor de EVI-index werd berekend, de acht geselecteerde onafhankelijke variabelen in hun jaarverslag van 1999 waren weergegeven (zie verder voor hun meting), werd de steekproef voor deze hypothese gereduceerd tot 102⁶. Met betrekking tot elke karakteristiek was er voldoende variatie vast te stellen.

Voor het toetsen van de hypothese werd de (multiple en stepwise) regressiemethode toegepast, en werden als alternatief drie variabelen (met name de invloed van houdstermaatschappijen, het aantal beursnoteringen en de internationalisatie van activiteiten) als een dummy voorgesteld. De resultaten tonen aan dat de acht geselecteerde variabelen meer dan 40% van de variatie in internetgebruik verklaren, en dat vier factoren een statistische significantie vertonen in minstens één van de vier modellen. In wat volgt, worden eerst de vier significante variabelen besproken, waarna de vier insignificante variabelen aan bod komen.

Bedrijfsomvang:

Zonder twijfel is de bedrijfsomvang – hier gemeten als de logaritme van het bedrijfsresultaat⁷ – de factor die het meest significant van invloed is op het internetgebruik. Aldus blijkt dat hoe groter de onderneming is, hoe meer geavanceerd haar gebruik is van het internet als medium voor het communiceren van financiële en andere investeerdergerelateerde informatie. En dit ondanks het feit dat het hier allemaal grote beursgenoteerde bedrijven betreft.

Deze bevinding is zeker geen verrassing, wetende dat bedrijfsomvang één van de meest onderzochte variabelen is, en dat deze variabele zonder enige uitzondering significant werd bevonden in alle voorgaande empirische studies. Aldus werd significantie aangeduid in onder meer Ashbaugh et al. (1999), Craven en Marston (1999), Craven en Otsmani (1999), Debreceny et al. (1999), Hedlin (1999), Molero et al. (1999), Pirchegger en Wagenhofer (1999), Ettredge et al. (2000a), Holm (2000), Gassen (2001) en Sevillano en Molero (2001). Hierbij werden veelal traditionele gegevens uit de jaarrekening aangewend voor het meten van de bedrijfsomvang. Als alternatief werd ook wel eens verwezen naar het belang van de onderneming voor de maatschappij, naar de mate waarin op de beurs in het aandeel wordt gehandeld, of naar de beursindex waarvan de onderneming deel uitmaakt. Slechts weinig studies geven een theoretische onderbouwing voor het hanteren van de omvang van de onderneming als verklarende variabele. Enkele studies die dat wel doen, zijn Craven en Marston (1999) en Ettredge et al. (2000a). Zij verwijzen naar een aantal studies die één of meerdere van de belangrijke theorieën (zoals de 'agency-, signalling-, expectation adjustment- of legitimacy'-theorie) gebruiken om de mogelijke invloed van bedrijfsomvang te verklaren. In de literatuur wordt eveneens geargumenteed dat bedrijfsomvang dient te worden gezien als een veelomvattende variabele, die model kan staan voor verschillende bedrijfskarakteristieken, zoals competitief voordeel, informatieproductiekosten en politieke kosten.

Invloed van houdstermaatschappijen:

Het opnemen van de invloed van houdstermaatschappijen in onze studie is – aldus gedefinieerd – niet gebaseerd op eerder onderzoek, maar vormt ons inziens een goed alternatief voor eerder onderzochte variabelen. Aldus gingen Ettredge et al. (2000a) na of de verdeling van kapitaal onder bedrijfsinternen en institutionele investeerders invloed heeft op het verstrekken van financiële gegevens op het internet. Zij vonden weliswaar geen bewijs, wat volgens de auteurs erop duidde dat internetverslaggeving niet gericht is op een bepaalde groep van externe aandeelhouders. Het leek ons echter wel de moeite waard de potentiële invloed na te gaan van het aandelenbezit van een andere externe aandeelhouder, met name de houdstermaatschappijen. In tegenstelling tot bij de institutionele beleggers, ontstaat hier veelal een permanente en invloedrijke relatie tussen beide partijen. We gingen er daarbij vanuit dat hoe meer aandelen zij bezitten, hoe lager de EVI-index zou zijn. Dit ligt in de lijn van Pirchegger en Wagenhofer (1999), die aantoonde dat baten hoger

zijn voor die ondernemingen wiens aandelen sterk verspreid zijn over vele verschillende eigenaren.

De variabele werd inderdaad als significant bevonden. In het originele model – waarbij de invloed van de houdstermaatschappijen gemeten werd door het totale percentage van aandelen dat in hun handen is – werd een significante negatieve relatie gevonden. Dit wijst erop dat ondernemingen met hogere proporties van aandeelhouderschap door houdstermaatschappijen minder spenderen aan hun investeerdergerelateerde website. Waarschijnlijk voorzien deze ondernemingen hun eigenaren routinematig van informatie via andere kanalen. In het alternatieve model werd via een dummy een onderscheid gemaakt tussen die ondernemingen met al dan niet buitenlandse houdstermaatschappijen. Zoals verwacht, werd gevonden dat de ondernemingen met buitenlandse houdstermaatschappijen meer overgaan tot internetverslaggeving.

Internationalisatie van activiteiten:

Indien de vestigingsplaats van de houdstermaatschappijen een cruciale rol speelt in de beslissingen betreffende de inhoud van de internetsite, kan mogelijk ook de plaats van de activiteiten van belang zijn. Dit werd onderzocht door het integreren van een variabele met betrekking tot de internationalisatie van de activiteiten. Hierbij kunnen weliswaar geen vergelijkingen worden gemaakt met eerdere resultaten, aangezien deze variabele naar ons weten nooit eerder werd onderzocht.

In het originele model – waarbij de variabele wordt gemeten door de som van de landen waar de onderneming een vestiging heeft – werd geen significantie gevonden. Het wordt bijgevolg niet bewezen dat hoe meer vestigingen een onderneming in het buitenland heeft, hoe meer internet wordt gebruikt voor bedrijfsrapportering. In het alternatieve model daarentegen, waarbij via een dummy een onderscheid wordt gemaakt tussen die ondernemingen die al dan niet vestigingen in het buitenland hebben, werd wel enige significantie gevonden. Doch in tegenstelling tot wat werd verwacht, wijzen deze resultaten erop dat ondernemingen met buitenlandse vestigingen zich minder lijken in te spannen voor het rapporteren van informatie via het internet.

Aantal beursnoteringen:

In de modellen waar het belang van voorgaande variabele niet kon worden bevestigd, bleek het belang van het aantal beursnoteringen toe te nemen (en omgekeerd). Eerder onderzochten Debreceny et al. (1999) de invloed van meerdere noteringen van bedrijven op verschillende beurzen. Het opnemen

van deze variabele in hun model werd verantwoord door te verwijzen naar eerdere studies, die een verband vooropstelden en/of bewezen tussen buitenlandse noteringen en de mate van vrijwillige rapportering. De auteurs zelf vonden echter geen bewijs voor een invloed gerelateerd aan de aanwezigheid op de internationale kapitaalmarkten.

Ook in onze studie kon geen significantie worden gevonden in het originele model, waarbij de variabele wordt gemeten door de som van landen waar de onderneming een beursnotering heeft. Het hebben van meerdere buitenlandse noteringen lijkt dus geen motief voor een verhoogd internetgebruik. Een invloed kan echter wel worden gevonden wanneer via een dummy een onderscheid wordt gemaakt tussen ondernemingen die al dan niet buitenlandse noteringen hebben. Doch ook nu zijn, in tegenstelling tot wat werd verwacht, ondernemingen met meerdere buitenlandse noteringen minder betrokken in internetverslaggeving.

Solvabiliteit:

De enige empirische studie die de mogelijke invloed van solvabiliteit op het internetgebruik onderzocht, is die van Debreceny et al. (1999). Voor de opname van de variabele baseerden de auteurs zich op de agencytheorie, evenals op die disclosure-studies die zowel een positief als een negatief verband vinden tussen solvabiliteit en vrijwillige rapportering. Desondanks vonden de auteurs geen bewijs voor de aanwezigheid van deze invloed. Ook in onze studie werd geen significantie gevonden voor deze variabele, gemeten door de schuldenratio zoals standaard weergegeven in het jaarverslag.

Mate van financiering met eigen vermogen:

De studie van Debreceny et al. (1999) is ook de enige die de invloed van de omvang van eigen vermogen naging. En hoewel de noodzakelijke theoretische argumenten beschikbaar zijn voor het opnemen van de variabele, kon geen empirische significantie worden gevonden. In onze studie kon evenmin enige significantie worden gevonden voor de mate van financiering met eigen vermogen, gemeten door het logaritme van het maatschappelijk kapitaal.

Winstgevendheid:

Wat de mate van winstgevendheid betreft, lijkt er tussen eerder empirisch onderzoek geen volledige overeenstemming te bestaan. Aldus vonden Ashbaugh et al. (1999) dat de meer winstgevendende bedrijven ook meer betrokken zijn in financiële verslaggeving via het internet. Ettredge et al. (2000a) daarentegen konden

een analoog geformuleerde hypothese niet bewijzen. Onze resultaten zijn consistent met deze laatste, aangezien de invloed van winstgevendheid – gemeten door de winst na belastingen gedeeld door het balanstotaal – niet kon worden aangetoond.

Groei:

Met betrekking tot de invloed van groei kan geen verwijzing worden gemaakt naar eerder empirisch onderzoek of een theoretische verantwoording, aangezien – voorzover wij weten – deze nog niet eerder werd onderzocht. De reden waarom wij beslisten de variabele op te nemen, is dat het een goed alternatief leek voor een variabele onderzocht door Ettredge et al. (2000a), met name de behoefte aan nieuw extern kapitaal. Hierbij werd een significante positieve relatie gevonden. Wij slaagden er echter niet in een verband te vinden tussen de groei van een onderneming – gemeten door de procentuele omzetgroei – en de mate van internetgebruik.

4 Besluit

Een eerste doelstelling van voorliggend artikel is eerder descriptief, met name de omvang van financiële verslaggeving op het internet in Nederland te illustreren. Geconcludeerd kan worden dat zelfs voor de belangrijkste AEX-genoteerde bedrijven, de resultaten sterk variëren. Ondernemingen verschillen niet alleen in hun stadium van webgebruik, maar ook in de omvang van elektronisch vrijgegeven informatie. Bovendien worden op de onderzochte websites heel wat tekortkomingen vastgesteld, niet alleen voor wat de inhoud betreft, maar ook met betrekking tot de tijdigheid, de technologie en de gebruiksondersteuning.

Deze vaststellingen dienden als startpunt voor een tweede doelstelling, met name het onderzoeken van variabelen die deze verschillen kunnen verklaren. Door toe te spitsen op twee sectoren, lijkt te kunnen worden geconcludeerd dat het gedrag van ondernemingen deels wordt bepaald door hun wens om gelijke tred te houden met de concurrenten. Voor de steekproef als geheel werd gevonden dat internetverslaggeving ook enig verband vertoont met de bedrijfsomvang, de invloed van houdstermaatschappijen en het internationale karakter van de onderneming.

Ons model is slechts een eerste poging om inzicht te krijgen in dit fenomeen, en kan worden uitgebreid met vele – al dan niet eerder onderzochte – interne en externe invloeden van internetverslaggeving. De enige restrictie voor het uitvoeren van een dergelijke vervolgstudie is een situatie waarbij internetrapporte-

ring niet langer vrijwillig zou zijn. Ondanks de voor-
spellingen van sommige deskundigen en de snelle
ontwikkelingen op dit terrein, verwachten wij niet dat
de digitale versie in de nabije toekomst de papieren
versie verplicht zal vervangen. Daartoe worden nog
veel tekortkomingen vastgesteld.

We zijn ons echter bewust van het feit dat websites zo
snel wijzigen, dat een klein tijdsverschil kan leiden tot
sterk verschillende onderzoeksresultaten. In overwe-
ging nemende dat het hier gegevens betreft verzameld
in 2000, gingen we voor een steekproef van de onder-
zochte websites de mogelijk achteraf doorgevoerde
wijzigingen en verbeteringen na. Er diende echter ook
nu te worden geconcludeerd dat ondernemingen zich
blijkbaar nog niet realiseren dat het niet volstaat om
delen van de beschikbare informatie beschikbaar te
stellen, en dat ze de bezoeker van de website een
ogenblikkelijke communicatie van bijgewerkte en vol-
ledige informatie moet garanderen, geïntegreerd in
een efficiënt werkende en gebruiksvriendelijke omge-
ving. Ondernemingen dienen dan ook hun houding
te wijzigen met betrekking tot het gebruik van dit
massacommunicatiemedium voor financiële versla-
gen en verwante gegevens. En klaarblijkelijk is deze
traditie vooralsnog nog niet aanwezig. ■

Literatuur

- Ashbaugh, H., K. Johnstone en T. Warfield, (1999), Corporate reporting on the Internet, in: *Accounting Horizons*, vol. 13, no. 3, pp. 241-257.
- Blommaert, J. en G. Mertens, (1999), Jaarverslaggeving op Internet, in: J. Dijkma, J.A.G.M. Koevoets en R.G.A. Vergoossen (redactie), *Het jaar 1998 verslagen*, Nivra geschriften 69, Amsterdam/Deventer, pp. 110-125.
- Bonson Ponte, E., T. Escobar Rodriguez en M. Sanchez Barrios, (2000), *Corporate digital reporting in Europe. A survey on Eurostoxx50 companies*, Paper presented at the 23rd European Conference in Accounting Information Systems, München, Duitsland.
- Botosan, C.A., (1997), Disclosure level and the cost of equity capital', in: *Accounting Review*, vol. 72, no. 3, pp. 323-350.
- Camfferman, C., G. Mertens en W.E. Wesdorp, (2002), Verslaggeving op internet, in: J.B. Backhuijs, G.M.H. Mertens en R.G.A. Vergoossen (redactie), *Het jaar 2001 verslagen*, Nivra geschriften 72, Amsterdam/Deventer, pp. 145-164.
- CAROL UK, (1999), Update on Internet best practice for annual reporting, March (beschikbaar op www.carol.co.uk).
- Cordazzo, M., (2001), *Internet and corporate reporting: An international and comparative perspective*, Paper presented at the 24th Annual Congress of the EAA, Athene, Griekenland.
- Craven, B.M. en C.L. Marston, (1999), Financial reporting on the Internet by leading UK companies, in: *The European Accounting Review*, vol. 8, no. 2, pp. 321-333.
- Craven, B.M. en B. Otsmani, (1999), *Social and environmental reporting on the Internet by leading UK companies*, Paper presented at the 22nd Annual Congress of the European Accounting Association, Bordeaux, Frankrijk.
- Debreceny, R., G. Gray en A. Rahman, (1999), *Voluntary financial reporting on the Internet: an international perspective*, Paper presented at the Annual Meeting of the AAA, San Diego.
- Deller, D., M. Stubenrath, C. Weber en J. Wolfgang, (1999), A survey on the use of the Internet for investor relations in the US, the UK and Germany, in: *The European Accounting Review*, vol. 8, no. 2, pp. 351-364.
- Ettredge, M., V.J. Richardson en S. Scholz, (1999), *Financial data at corporate web sites: does user sophistication matter?*, Working paper, University of Kansas, July.
- Ettredge, M., V.J. Richardson en S. Scholz, (2000a), *Determinants of voluntary dissemination of financial data at corporate web sites*, Working paper, University of Kansas, February.
- Ettredge, M., V.J. Richardson en S. Scholz, (2000b), *Going concern auditor reports at corporate web sites*, Working paper, University of Kansas, February.
- Ettredge, M., Richardson, V.J. en S. Scholz, (2001), The presentation of financial information at corporate Web sites, in: *International Journal of Accounting Information Systems*, vol. 2, no. 3, pp. 149-168.
- Financial Accounting Standards Board, (2000), *Business Reporting Research Project: Electronic Distribution of Business Reporting Information*, Steering Committee Report Series (beschikbaar op www.fasb.org).
- Financial Accounting Standards Board, (2001), *Improving Business Reporting: Insights into Enhancing Voluntary Disclosures*, Steering Committee Report Series (beschikbaar op www.fasb.org).
- Frankel, R., M. Johnson en D. Skinner, (1999), An empirical examination of conference calls as a voluntary disclosure medium, in: *Journal of Accounting Research*, vol. 37, no. 1, Spring, pp. 133-150.
- Gassen, J., (2001), *Internet-based financial reporting. An experimental analysis of the HTML vs PDF decision*, Paper presented at the 24th Annual Congress of the EAA, Athene, Griekenland.
- Gowthorpe, C. en O. Amat, (1999), External reporting of accounting and financial information via the Internet in Spain, in: *The European Accounting Review*, vol. 8, no. 2, pp. 365-371.
- Hedlin, P., (1999), The Internet as a vehicle for investor relations: the Swedish case, in: *The European Accounting Review*, vol. 8, no. 2, pp. 373-381.
- Holm, C., (2000), *Financial reporting on the Internet – An examination across industries and company size*, Paper presented at the 23rd Annual Congress of the EAA, München, Duitsland.
- Lybaert, N., (2001), *Corporate Reporting on the Internet – An Analysis of the Dutch Listed Firms*, Working Paper, MARC-WP/3/2001-6, University of Maastricht, December, 37 pp.
- Lymer, A., (1999), The Internet and the future of corporate reporting in Europe, in: *The European Accounting Review*, vol. 8, no. 2, pp. 289-301.
- Lymer, A., R. Debreceny, G. Gray en A. Rahman, (1999), *Business reporting on the Internet, A report prepared for the International Accounting Standards Committee* (beschikbaar op www.iasc.org.uk/frame/cen3_26.htm)
- Molero López, J. Q. Prado Martin en F. Sevillano Martin, (1999), *The presentation of financial statements through the Internet: Analysis of the most significant companies in Spain*, Paper presented at the 22nd Annual

Congress of the EAA, Bordeaux, Frankrijk.

Pirchegger, B. en A. Wagenhofer, (1999), Financial information on the Internet: a survey of the homepages of Austrian companies, in: *The European Accounting Review*, vol. 8, no. 2, pp. 383-395.

Pronk, P. en M. Gelderman, (1997), Jaarverslaggeving via Internet: de stand van zaken in Nederland, in: *De Accountant*, no. 3 (november), pp. 165-169.

Sevillano Martin, F. en J. Molero López, (2001), *Use of Internet by Spanish public companies: An evolutionary and sector analysis*, Paper presented at the 24th Annual Congress of the EAA, Athene, Griekenland.

Spaul, B., (1997), *Corporate dialogue in the digital age*, Institute of Chartered Accountants in England and Wales, London.

Van De Wiele, P., (2001), *Voluntary disclosure of sales by small and medium sized enterprises*, Doctoral Dissertation, University of Antwerp.

Xiao, J.Z., M.J. Jones en A. Lymer, (2000), *Immediate trends in Internet reporting*, Paper presented at the 23rd Annual Congress of the EAA, München, Duitsland.

Noten

- In de vragenlijst wordt niet alleen toegespit op investeerdergerelateerde informatie voor wat de inhoud betreft. Deze restrictie wordt ook doorgezet in die zin dat elke vraag gerelateerd wordt aan investeerdergerelateerde informatie. Dit impliceert bijvoorbeeld dat onder de groep technologie 'niet voldaan' niet noodzakelijk verwijst naar het feit dat de technologie niet aanwezig is in de websites, maar dat de technologie niet gebruikt wordt vanuit een investeerdergerelateerde perspectief (aldus worden e-mail voor klanten of FAQ betreffende producten niet in aanmerking genomen).
- In een 'standaard vraag' werd gevraagd naar het laatste jaarverslag. Het wordt aangenomen dat een dergelijk verzoek door iedere ontvanger (waarschijnlijk een secretaresse) onmiddellijk kan worden beantwoord. In een 'speciale vraag' werd gevraagd naar de data van het opzetten van de website, en de publicatie van het eerste jaarverslag. Het wordt aangenomen dat teneinde dit te beantwoorden, de ontvanger bij andere collega's te rade moet gaan.
- Camfferman et al. (2002) constateren een toenemende populariteit van publicatie in PDF-formaat. De reden is dat bij publicatie in HTML-

formaat afwijkingen mogelijk zijn ten opzichte van de gedrukte versie van het jaarverslag, wat complicaties geeft in de zin van afzonderlijke toestemming door de accountant en zorg voor een adequate afscheiding van overige informatie. Een en ander heeft te maken met de in 1999 en 2000 uitgevaardigde uitgangspunten van toepassing op de accountantsverklaringen voor jaarrekeningen op internet. Merk op dat HTML de primaire taal is voor webontwikkeling, terwijl PDF documenten creëert die exact overeenkomen en printen als het oorspronkelijk document. Voor een overzicht van de voor- en nadelen van beide formaten kan worden verwezen naar FASB (2000) en Holm (2000).

- Voor een overzicht van de onderzochte ondernemingen en hun individuele score, zowel totaal als uitgesplitst per groep van criteria, kan worden verwezen naar Lybaert (2001).
- Wat de keuze van het accountantskantoor betreft, bleek uit de cijfers dat 93,8% van de ondernemingen voor de accountantscontrole beroep doet op de diensten van de Big-5, wat duidelijk een scheve verdeling teweegbrengt. Wat de bedrijfstak betreft waarin de onderneming opereert, werd dan weer een te grote versnippering vastgesteld, in die zin dat de totale steekproef is verspreid over 31 sectoren. Dat het hier nochtans om een belangrijke beïnvloedende factor zou kunnen gaan, blijkt uit sectie 3.3.
- Vergelijking van de onderzoeksresultaten toont aan dat er geen materiële verschillen zijn tussen de analyse van de finale steekproef en deze van de vooropgestelde steekproef. Er is dus geen reden om een mogelijke 'sample survivor bias' te veronderstellen. Regressieanalyse resultaten zijn op aanvraag bij de auteur beschikbaar.
- Voor het meten van de bedrijfsomvang worden zowel in de literatuur als in empirische studies diverse alternatieven aangereikt. Hoewel de maatstaven van netto-omzet en personeelsbestand onze voorkeur had, konden we omwille van de lage meldingsfrequentie hier geen gebruik van maken. In aanmerking komende alternatieven zijn onder meer het bedrijfsresultaat, het balanstotaal en de marktwaarde van het bedrijf. Tussen deze drie maatstaven werden echter onderlinge correlaties met een significantie van 0,000 vastgesteld. We kozen voor het gebruik van het bedrijfsresultaat, en aansluitend op deze keuze werd er ook voor geopteerd groei te meten via omzetgroei. Analoog met eerder onderzoek (zie tabel 1) wordt de mate van financiering met eigen vermogen als een afzonderlijke invloed beschouwd.

Bijlage 1:

Inhoud

Voldaan (N=152)

Informatie in financiële staten:

1. Is het jaarverslag van 1999 (98) als geheel beschikbaar?	119 (78%)
2. Is de geconsolideerde balans (afzonderlijk) beschikbaar?	71 (47%)
3. Is de geconsolideerde resultatenrekening (afzonderlijk) beschikbaar?	72 (47%)
4. Is het kasstroomoverzicht (afzonderlijk) beschikbaar?	50 (33%)
5. Is de toelichting op de geconsolideerde staten (afzonderlijk) beschikbaar?	36 (24%)
6. Is het bestuursverslag (afzonderlijk) beschikbaar?	46 (30%)
7. Is de accountantsverklaring (afzonderlijk) beschikbaar?	30 (20%)
8. Zijn de jaarverslagen van voorgaand(e) jaar(jaren) beschikbaar? Van jaar tot jaar	68 (45%)

9. Zijn tussentijdse staten (halfjaar of kwartaal) beschikbaar?	56 (37%)
10. Zijn financiële ratio's voor drie perioden (of langer) beschikbaar?	45 (30%)

Andere investeerdergerelateerde informatie:

1. Is de website beschikbaar in Nederlands en een additionele taal (Engels)? Indien één: Indien andere:	57 (38%)
2. Zijn e-mail adressen beschikbaar?	105 (69%)
3. Is de evolutie van de aandelenprijs beschreven?	2 (1%)
4. Zijn grafieken van aandelenprijzen beschikbaar?	57 (38%)
5. Zijn persberichten beschikbaar?	145 (95%)
6. Zijn de notulen van de algemene vergadering beschikbaar?	3 (2%)
7. Is de aandeelhoudersstructuur beschikbaar?	33 (22%)
8. Zijn 'frequently asked questions' (FAQ) beschikbaar?	17 (11%)
9. Is een up-to-date investeerder/financiële kalender beschikbaar?	73 (48%)

Tijdigheid

1. Is de datum van de laatste update beschikbaar? Deze datum is:	11 (7%)
2. Zijn er enige hints voor het direct vinden van recente informatie?	64 (42%)
3. Zijn koersnoteringen van dezelfde dag beschikbaar?	41 (27%)
4. Worden de koersnoteringen gedurende de dag bijgewerkt?	37 (24%)
5. Was er een antwoord op de standaard vraag ? ² Kon dit via rechtstreekse aanvraagservice worden gevraagd?	116 (76%)
6. Was deze mailing van het jaarverslag binnen 1 of 2 dagen?	53 (35%)
7. Was er een antwoord op de speciale vraag? ²	66 (43%)
8. Was dit antwoord op dezelfde dag of de dag erna?	41 (27%)

Technologie

1. Is de homepage op het scherm volledig binnen 10 seconden?	138 (91%)
2. Zijn er bewegende afbeeldingen, zoals java toepassingen?	90 (59%)
3. Bestaan er hyperlinks tussen accounting gegevens?	5 (3%)
4. Zijn externe linken met verwante inhoud beschikbaar?	109 (72%)
5. Zijn directe e-mail contacten beschikbaar?	116 (76%)
6. Is er een on-line aanvraagservice voor bedrijfs- en investeerderinformatie?	105 (69%)
7. Is een intern zoekmachine beschikbaar?	46 (30%)
8. Zijn financiële gegevens in html of bewerkbaar formaat (in spreadsheet compatibel, xls, of ASCII, asc, txt, formats)? En in pdf-formaat? Als 1 geheel?	99 (65%) 99 (65%) 115 (76%)

Gebruiksondersteuning

1. Heeft de homepage een intuïtief adres?	129 (85%)
2. Worden kaders gebruikt?	151 (99%)
3. Is de website goed gestructureerd?	144 (95%)
4. Is een inhoudstafel op de website beschikbaar?	37 (24%)
5. Is er informatie over technische middelen (bvb. formaat, omvang download)?	103 (68%)
6. Is een pull-down menu beschikbaar?	148 (97%)
7. Is de omvang van de activa gekend binnen 2 klikken?	78 (51%)
8. Is het adres van de onderneming gekend binnen 2 klikken?	73 (48%)
9. Is het mogelijk om financiële informatie te downloaden?	120 (79%)