

WHITEPAPER

Het gesprek dat al begonnen is

Uw klanten stellen hun geldvragen al aan een machine. De enige vraag is of uw kantoor in dat gesprek zit.

Voor eigenaren van administratie- en accountantskantoren

Michiel van Hattem · Buddy Workforce BV · juli 2026

Versie 1.0

De stelling van dit stuk

Vijfenvijftig procent van de Nederlanders vraagt AI inmiddels om hulp bij financiële vragen; onder jongeren is dat ruim drie kwart (bron 1). Niet volgend jaar — nu. Uw klanten zitten daartussen. De zzp'er die om tien uur 's avonds wil weten of hij die bus kan aanschaffen, wacht niet tot uw kantoor opengaat: hij vraagt het aan ChatGPT. Hij krijgt binnen vijf seconden een zelfverzekerd antwoord — van een systeem dat zijn administratie nooit heeft gezien.

Dit stuk verdedigt één stelling, in drie stappen. **Eén:** het gesprek tussen uw klant en de machine is al begonnen, en het loopt op dit moment buiten uw kantoor om. **Twee:** andere sectoren laten zien hoe dit afloopt — de klantvraag verhuist naar het kanaal dat direct antwoordt, en wie dat kanaal bezit, houdt de klant. **Drie:** uw kantoor heeft alles in huis om dat kanaal zelf te zijn — de echte cijfers, de context en het oordeel dat een machine mist — maar alleen als aan één voorwaarde is voldaan. Daarover gaat de tweede helft van dit stuk.

1. Het gesprek is al begonnen — zonder u

Twee derde van de volwassen Nederlanders gebruikt generatieve AI (bron 2). Het bunq-onderzoek uit 2025 maakt het concreet voor uw vak: meer dan de helft vraagt AI om hulp bij geldzaken, en lang niet iedereen controleert die antwoorden — ruim veertig procent checkt AI-geldadvies hooguit soms (bron 1). Vertaal dat naar uw klantenbestand: een deel van uw klanten heeft dit kwartaal al een fiscale of financiële vraag aan een chatbot gesteld. U weet niet welke klanten, u weet niet welke vragen, en u weet niet welke antwoorden ze kregen.

Dat laatste is het werkelijke risico. Generieke AI is welbespraakt maar bronloos: hij kent de administratie niet, kent de rechtsvorm niet, kent de btw-historie niet — en formuleert zijn gok net zo stellig als een juist antwoord. De klant die op zo'n antwoord handelt, belt u pas als het mis is. En de klant die het antwoord bevalt, vraagt zich intussen iets anders af: waarvoor betaal ik mijn kantoor eigenlijk? Eén op de vijf mkb-beslissers verwacht nu al dat AI en digitale tools de rol van de accountant gaan verkleinen (bron 3).

U concurreert al met een machine. Alleen doet u dat op dit moment zonder het te weten — en zonder mee te spelen.

2. Hoe dit afloopt, weten we al: kijk naar de bank

Nederland telde begin deze eeuw ruim zesduizend bankkantoren. Er zijn er nog zo'n achthonderd (bron 4). De behoefte aan bankzaken is in die periode niet gedaald — integendeel. Wat veranderde, was het kanaal: de vraag verhuisde van de balie naar de app, omdat de app direct antwoord gaf en de balie een afspraak vergde. Hetzelfde patroon voltrok zich bij reisbureaus en verzekeringstussenpersonen: de klant verdween niet, hij verhuisde naar waar hij direct geholpen werd.

De les uit die sectoren is preciezer dan 'digitaliseer of verdwij'. Er wonnen namelijk twee soorten partijen: de partijen die het nieuwe kanaal bezaten (de banken met de beste app), en de adviseurs die zich juist op het complexe werk terugtrokken — de hypotheekadviseur bestaat nog steeds, en verdient beter dan ooit. Wie verloor, was de tussenlaag die alleen routine deed via het oude kanaal. Voor uw sector betekent dat: de routinevraag ('hoeveel btw?', 'wat gaf ik uit aan materiaal?') gaat hoe dan ook naar een machine. De vraag is of dat úw machine is, met uw naam erop en uw team erachter — of een gratis chatbot zonder bron, of straks de AI van het boekhoudpakket met het logo van de softwareleverancier.

Dat laatste scenario verdient een eerlijke waarschuwing. Ruim driekwart van de kantoren gebruikt al AI-functies van Exact, Visma, AFAS of Microsoft — allemaal intern, voor het eigen werk (bron 5). De pakketleveranciers zetten de volgende stap onvermijdelijk richting uw klant: inzicht-schermen, vraag-en-antwoord, signalen. Handig voor de klant. Maar dat kanaal draagt hun merk, en de vraag die de klant zich daarna stelt is dezelfde als bij de gratis chatbot: wat voegt mijn kantoor nog toe?

3. Waarom uw kantoor dit gesprek kan winnen

Nu het goede nieuws — en dat is niet retorisch bedoeld. In dit speelveld heeft het administratiekantoor drie troeven die geen chatbot en geen pakketleverancier heeft.

- **De echte cijfers.** ChatGPT gokt; u wéét. Een antwoord dat verwijst naar de werkelijke boekingen van de klant — 'dit staat op grootboekrekening X, geboekt op datum Y' — is een fundamenteel ander product dan een welbespraakte schatting. Bronvermelding is uw oneerlijke voordeel.
- **De context en het oordeel.** Een machine kan signaleren dat een investeringsaftrek in beeld komt; of hij verstandig is, hangt af van dingen die niet in de administratie staan. Dat oordeel is en blijft mensenwerk — uw werk. De juiste taakverdeling is dus niet mens óf machine, maar: de machine signaleert en legt uit, het kantoor bevestigt en adviseert.
- **Het vertrouwen.** Klanten geven hun kantoor hoge cijfers voor kwaliteit en samenwerking — het onderzoek is daar eenduidig over (bron 6). Wat ze missen is niet vertrouwen, maar merkbaarheid: op innovatie scoort de beroepsgroep een 6,5, en ruim 70% wil méér uit de relatie halen; ruim een derde wil daar zelfs meer voor betalen (bron 3, 6). De vraag naar een beter kanaal bestaat al — bij uw eigen klanten.

Concreet wordt dit met een AI-assistent die klantvragen beantwoordt op de eigen administratie van de klant, onder de naam van uw kantoor. De eisen die u aan zo'n oplossing moet stellen — bij welke aanbieder dan ook — zijn wat ons betreft niet onderhandelbaar: elk antwoord met bronvermelding; eerlijk weigeren wat niet uit de administratie blijkt, inclusief duidelijkheid over hoe actueel de cijfers zijn; signaleren zonder te oordelen (fiscale beoordeling blijft bij uw mensen); naadloze overdracht naar uw team; en gegevens die binnen de EU blijven, per klant strikt gescheiden.

4. De voorwaarde: een kantoor dat het kanaal kán zijn

Hier komt de stelling bij de praktijk. Een antwoordkanaal op de echte cijfers is alleen waardevol als die cijfers kloppen én actueel zijn. Een assistent die in juli antwoordt op de stand van 31 maart, maakt het probleem groter in plaats van kleiner — dan is de gratis chatbot ineens niet meer de enige die gokt. In onze eigen praktijk zijn we hier hard tegenaan gelopen: enthousiasme over AI is geen garantie voor de werkritme-verandering die het waarmaakt.

Daarom hoort bij deze koers een kantoorprofiel, dat wij samenvatten in vier kenmerken: **klaar voor de toekomst** (e-facturatie, pakket-AI en veranderende klantverwachtingen komen toch — het verschil is of ze u overkomen of dat u er klaar voor bent), **efficiënte en optimale processen** (maandelijkse verwerking in plaats van kwartaal — geen extra werk maar anders plannen, met gespreide werkdruk en vroege signalering als bijvangst), **beter overdraagbare werkzaamheden** (werk dat in het systeem zit in plaats van in hoofden: nieuwe mensen sneller productief, minder kwetsbaar bij uitval, en een kantoor dat aantoonbaar meer waard is — voor wie ooit overdraagt, aan wie dan ook), en daardoor: **een wendbaar kantoor** dat meebeweegt met regels, personeel en klantvragen zonder dat elke verandering een project wordt.

De context maakt dit urgent. De arbeidsmarkt lost uw capaciteitsvraag niet op: zes op de tien kantoren hebben een personeelstekort en driekwart wijst weleens klanten af (bron 7). En de overnamemarkt prijst intussen in dat veel kantoren deze slag niet zelf maken: 2025 was met ruim 1,6 miljard euro aan deals een recordjaar, voor twee derde gefinancierd door private equity, met administratiekantoren nadrukkelijk in het vizier (bron 8). Wie zelf moderniseert, doet in eigen tempo en op eigen voorwaarden wat een koper anders ná de overname doet.

5. Eerlijk: wat er verandert — en wat niet

De meest gemaakte fout bij dit soort stappen is de belofte dat er niets hoeft te veranderen. Die belofte is vals, en wij doen er niet aan mee. De verandering is wél kleiner en concreter dan het woord 'digitalisering' suggereert.

Wat er verandert:

- **Het verwerkingsritme.** Van kwartaal- naar maandverwerking waar dat nog niet zo is. Dit is de enige echte procesverandering — en de grondstof voor alles uit hoofdstuk 3 en 4.
- **Waar routinevragen landen.** Niet meer per definitie via telefoon en mailbox naar een medewerker, maar direct beantwoord op de eigen cijfers — met uw team als achtervang voor alles wat oordeel vraagt.

Wat er niet verandert:

- Uw boekhoudpakket — er is geen migratie; gewerkt wordt met exports of een koppeling van wat u al gebruikt.
- De werkwijze van uw medewerkers — geen nieuwe software om te leren; hun dag wordt rustiger, niet anders.
- Uw rol richting de klant — oordeel, advies en het echte gesprek blijven mensenwerk. Dat is geen technische beperking maar een ontwerpkeuze.

6. De eerste stap: één dagdeel, met uw eigen administraties

Hoe toetst u of dit voor uw kantoor werkt, zonder project en zonder dat één klant iets merkt? Onze aanpak is een acceptatietest van één dagdeel. U kiest drie tot vijf echte klantadministraties; wij laden vooraf de exports. U en een medewerker stellen vervolgens de vragen die uw klanten u werkelijk stellen — zo uit uw eigen mailbox — en beoordelen elk antwoord naast de bronvermelding. De toetsvraag is steeds dezelfde:

Zou ik dit antwoord, met deze onderbouwing, aan mijn klant durven geven?

De test levert twee dingen op. U ziet objectief wat een klantassistent op uw administraties kan. En u ziet — even objectief — welke vragen bij uw huidige verwerkingsritme niet actueel te beantwoorden zijn. Dat is geen oordeel over uw kantoor maar een meetresultaat, en het maakt het gesprek over hoofdstuk 5 concreet in plaats van principieel. Stoppen na de test is een normale uitkomst: dan heeft u een middag geïnvesteerd en een geïnformeerd besluit genomen.

7. Over Buddy Workforce

Buddy Workforce BV (Breda, KvK 98962469) bouwde Finny: een AI-assistent die klantvragen beantwoordt op basis van de eigen administratie, precies volgens de eisen uit hoofdstuk 3 — bronvermelding bij elk antwoord, eerlijk weigeren, signaleren zonder te oordelen, onder de naam van het kantoor, met gegevens binnen de EU en per klant strikt gescheiden.

Achter Buddy Workforce staan twee vakgebieden die elkaar aanvullen. Richard van der Zijden, MKB-accountant met ruim 25 jaar praktijkervaring, bewaakt de vakinhoud: wat mag een assistent zeggen en waar neemt de mens het over. Michiel van Hattem, bedrijfskundige en veranderkundige, begeleidt de organisatiekant: processen, adoptie en de menselijke maat. De technische ontwikkeling doen wij met een gespecialiseerde IT- en cloudpartner. Wij werken bewust met een klein aantal kantoren tegelijk.

Wilt u de acceptatietest doen, of eerst een half uur zien wat Finny doet op een echte administratie? Plan een kennismakingsgesprek via buddyworkforce.nl — 30 minuten, vrijblijvend.

Bronnen

1. bunq (2025): 'Helpt Nederlanders vraagt AI om financieel advies' — 55% van de Nederlanders, 76% onder jongeren; 42% dubbelcheckt AI-geldadvies slechts geregeld, 46% soms.
2. Universiteit Twente, Centrum voor Digitale Inclusie (2026): 'Generatieve AI raakt ingeburgerd in Nederland' — 65% van de volwassen Nederlanders gebruikt generatieve AI.
3. Accountancy Vanmorgen (april 2026): 'Groot deel MKB-beslissers overweegt te wisselen van accountant' — onderzoek Multiscope i.o.v. Ravical: 38,5% overwoog wissel; 19,6% verwacht kleinere accountantsrol door AI; 70,9% wil meer waarde; 37,4% wil meer betalen voor proactief advies.
4. FD / DNB (2023-2025): daling bankkantoren Nederland — van ruim 6.000 begin deze eeuw naar circa 800; DNB Bereikbaarheidsmonitor: 1.674 (2016) naar 942 (2020).
5. AI Insider (2026): 'Driekwart accountants zet AI in: Exact, AFAS en Microsoft Copilot'.
6. Accountant.nl (2024): 'Hoge klanttevredenheid bij accountants- en administratiekantoren, maar wel ruimte voor innovatie' — kwaliteit 8+, innovatie 6,5, proactief informeren 7,1.
7. TaxLive/NBA (2024) en Accountant.nl (2024): personeelstekort bij ±60% van de kantoren; driekwart wijst klanten/opdrachten af; bij 4 op 10 lagere kwaliteit.
8. Consultancy.nl (2026) en Accountancy Vanmorgen/Aeternus (2025): overnamemarkt accountancy record 2025 (> €1,6 mrd, 2/3 private equity); administratiekantoren in trek bij investeerders.

© 2026 Buddy Workforce BV · Versie 1.0 — vrij te delen met bronvermelding