

## Innovatie in rapporteren en communiceren (verslag)

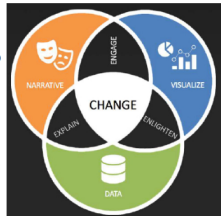
16-12-2019

Nieuwe vormen van rapporteren en communiceren is een hot topic in de huidige ontwikkeling van auditfuncties. Er is veel behoefte aan het verhogen van de betrokkenheid, focus op de essentie en luisteren naar de klant. Tijdens de workshop Innovatie in rapporteren en communiceren van 29 oktober 2019 werden naast een aantal theoretische grondslagen, vijf concrete innovaties op dit gebied uit de praktijk gepresenteerd en do's en dont's besproken.

De basis voor deze workshop lag in de Innovation Award 2018 waarin diverse nieuwe vormen van rapporteren en communiceren werden gepresenteerd. En ook de innovatieworkshop tijdens het IIA congres van 2018 maakte de behoefte aan nieuwe vormen van communicatie duidelijk en leverde een groot aantal ideeën voor verbetering van de communicatie op. Daarnaast verwacht IIA Nederland dat de IAF steeds meer bijzondere onderzoeken zal uitvoeren en meer en meer de rol van 'trusted advisor' en 'insight provider' op zich neemt. Al met al veel redenen voor deze workshop Innovatie in rapporteren en communiceren.

### De theorie

Het programma van deze workshop was erop gericht om naast het uitwisselen van *good practices* dieper in te gaan op de theorie: hoe werken de hersenen en hoe zorgen we er voor dat een boodschap goed wordt opgepakt? Lex Pierik nam dit theoretische deel voor zijn rekening. Zijn hoofdboodschap: "Je kijkt met je hersenen". Hersenen verwerken visuele signalen. Hij legde de deelnemers uit hoe je kunt zorgen dat informatie goed inzichtelijk wordt geordend en de belangrijkste boodschappen eruit springen. Dit gebeurt bijvoorbeeld door gebruik te maken van de gestalt principes van visuele perceptie, dat ervan uit gaat dat mensen patronen en gehelen waarnemen. En werken met vorm, lengte en kleur helpt om een boodschap eruit te laten spingen. Een tweede hoofdboodschap: "Mensen zijn lui, niet dom". Het is dus zaak snel de essenties te tonen en non-informatie weg te laten, 'less is more'. Zijn presentatie zat vol met praktische tips en bruikbare voorbeelden van fraaie visualisaties.



[Download de presentatie van Lex Pierik](#)

### De innovaties

*Een beeld zegt meer dan duizend woorden...*



Na het theoretische gedeelte was het tijd voor de praktijk. Diverse nieuwe, innovatieve manieren om de bevindingen over te brengen werden gepresenteerd: via geluidsfragmenten, foto, video, beelden en storytelling als media en via agile communiceren als werkwijze.

### Rapporteren met geluidsfragmenten

Marian Meeuwssen en Kiti Djodikromo van Gemeente Rotterdam deelden hun ervaringen n.a.v. een audit (o.b.v. de Learning History-methode) naar ongewenste omgangsvormen. Om de boodschap echt te laten binnenkomen, koos de auditafdeling ervoor om belangrijke citaten (anoniem) op te nemen en als geluidsfragmenten te laten horen. Ze kozen daarbij bewust voor een setting waarin ook echt alle aandacht op het fragment was gericht; o.a. door het gebruik van koptelefoons. Deze vorm maakte veel indruk op de aanwezigen.



[Download de presentatie van Gemeente Rotterdam](#)

### Foto- en video-reporting



Brigitte de Vries van Staedion vertelde meer over foto- en video-reporting. Dit helpt de auditafdeling om de echte situatie te laten zien. Hun motto: een beeld zegt meer dan duizend woorden. De foto- en video-reporting is al gebruikelijk in audits naar de fysieke beveiliging. Staedion geeft aan dat deze vorm van auditing breder toepasbaar is: daar waar het werkelijke gedrag of een feitelijke situatie wordt onderzocht.

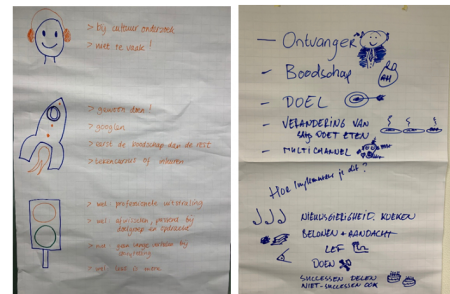
## Innovatie in rapporteren en communiceren: do's en dont's

De workshop werd afgesloten met een bespreking van de do's en dont's:

- Wanneer is een bepaalde vorm wel of juist niet te gebruiken?
- Hoe implementeer je deze nieuwe vormen in je eigen IAF?
- Wat moet je vooral wel en niet doen?

Vastgesteld werd dat alle vormen dwingen tot het nadenken over wat nu precies de boodschap is die moet worden overgebracht en daarbij beoogen het contact met de ontvangers te versterken. Het belangrijkste motto uit deze bespreking: *de nieuwe vormen hebben kracht, toon lef en doe het!*

Meer in detail kwamen de volgende tips naar voren.



#### Wanneer welke vorm wel/niet?

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agile:             <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ I.p.v. rapport</li> <li>◦ T.b.v. directe feedback + acties en t.b.v. lerende (audit)organisatie</li> <li>◦ Bereikbaarheid opdrachtgever en bekendheid met methode is belangrijk</li> </ul> </li> <li>• Geluidsfragmenten             <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Impact is groot</li> <li>◦ m.n. bij gedrag-/cultuuronderzoek</li> <li>◦ <b>niet te vaak!</b></li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Storytelling:             <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Bijna altijd te gebruiken</li> <li>◦ Om urgentiebesef te creëren</li> <li>◦ Als onderdeel rapport</li> <li>◦ Pas op voor lange verhalen</li> </ul> </li> <li>• Video, foto             <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ In combi met toelichting</li> <li>◦ Bij fysieke inspecties</li> <li>◦ Voor weergeven uitkomst sessies</li> </ul> </li> <li>• Beeld:             <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ In combi met toelichting</li> <li>◦ T.b.v. schets proces/flow</li> <li>◦ Als uitkomst lastig in woorden is uit te drukken: gedrag</li> </ul> </li> </ul>
--	---

#### Hoe implementeer ik dit?

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gewoon doen! <b>Toon lef!</b></li> <li>• Deel successen, en ook niet-successen</li> <li>• Bezie en zorg voor de benodigde tooling</li> <li>• <b>Google voor inspiratie en voorbeelden</b></li> <li>• Doe een tekencursus, of huur in</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bepaal bij aanpak per audit welke vorm</li> <li>• <b>Eerst de boodschap, dan de rest</b></li> <li>• Organiseer vraagbaak (buiten IA en/of organisatie)</li> <li>• Neem HIA/vaktechniek + opdrachtgever mee</li> </ul>
--	--

#### Wat vooral wel doen?

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Begin klein- <b>trial &amp; error</b>, maar weloverwogen</li> <li>• Zorg voor professionele uitstraling</li> <li>• Krijgen centrale boodschap scherp vóór de rapportage(vorm)</li> <li>• Wissel af, passend bij doel, doelgroep en opdracht; multichannel, verandering van spijs doet eten</li> <li>• <b>Less is more</b></li> <li>• Sluit aan op platform</li> <li>• Kijk buiten je vakgebied</li> <li>• Heb lol</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alles tegelijk, overkill</li> <li>• <b>Vorm is middel, geen doel op zich</b></li> <li>• Geen lange verhalen bij storytelling</li> <li>• Zekerheid zoeken</li> <li>• Azijn z.....</li> </ul>
---	--

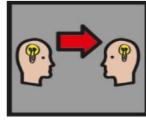
[Download de presentatie van Staedion](#)

## Beeldend rapporteren

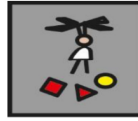
Ook de Auditdienst Rijk (ADR) werkt met beeld, maar dan in de vorm van tekeningen. Martine de Zeeuw en Roos Kalker vertelden meer over de voordelen en hoe zij dit aanpakken in diverse toepassingen. Beeldend rapporteren, in de vorm van tekeningen en Infographic, vereist enige techniek, maar is snel aan te leren. Vaak is 'leef om het te doen' de belangrijkste hobbel. Tijdens de [RO Masterclass](#) eind november werd dit tijdens een 2 uur-durende workshop Zakelijk tekenen ook als zodanig ervaren.



Maakt nieuwsgierig



Boodschap komt eerder aan en blijft beter hangen

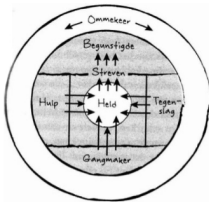


Overzicht creëren en complexiteit verminderen

[Download de presentatie van Auditdienst Rijk](#)

## Storytelling

DELA heeft in de auditrapportages er bewust voor gekozen een verhaal te maken van de resultaten van de audit. Mark Leermakers van DELA geeft aan dat er een duidelijk verschil is tussen informeren (leidend tot een kritische beschouwer) en vertellen (leidend tot een betrokken deelnemer). Om het verhaal pakkend te maken, maakt DELA bij de opbouw o.a. gebruik van de principes van de narratieve analyse en de wetten van Aristoteles.



[Download de presentatie van DELA](#)

## Agile communiceren

ABN AMRO doet audits, inclusief de rapportages, op een agile manier, waarbij na elke sprint de resultaten worden gepresenteerd. Hierbij kiezen ze bewust voor minder documenten en meer dialoog. Hans Koster van ABN AMRO toonde, in woord en beeld, de werkwijze en liet alle aanwezigen deze ervaren via de bespreking van een aantal stellingen. De belangrijkste kenmerken en voordelen van deze werkwijze zijn:



- # Dialoog tussen auditor en auditee (en tussen auditees onderling);
- # Verschillende partijen die van elkaar kunnen leren bij elkaar brengen;
- # Feitelijke afstemming en *Closing Meeting* in één meeting;
- # Visuele communicatie geeft boodschap extra kracht;

# Door actieve betrokkenheid auditees creëer je 'buy in' op audit issues en management acties.

[Download de presentatie van ABN AMRO](#)



## Gerelateerd nieuws

- Vereniging is unieke innovatie-intermediar
- HEINEKEN wint Internal Audit Innovation Award 2019
- Internal audit: een wereld in beweging
- 4 Must Reads by Gartner
- RO Masterclass 2019 (verslag)

[Terug naar het nieuwsoverzicht](#)

### IIA Nederland

088-0037100  
iaa@iaa.nl

Burgemeester Stramanweg 102A  
1101 AA Amsterdam

Postbus 22657  
1100 DD Amsterdam

[Contact opnemen](#)

### Audit Magazine



### Lidmaatschap

IIA is dé toonaangevende beroepsorganisatie voor internal auditors. Een lidmaatschap laat u delen in de collectieve kennis van alle vakgenoten in de wereld.

[Meer informatie](#)

### Partners IIA

RSG Finance  
EY  
Celonis  
Protiviti  
Vanberkel  
Professionals

KPMG  
FSV Risk Advisory  
AuditPeople  
PwC  
BDO

### Friends IIA

Corbulo