

Column

De toon aan de top mag heel anders

In 2006 zegde ik mijn baan in loondienst op om mijn eigen bureau in reputatieonderzoek te beginnen. Ik huurde kantoorruimte in Haarlem en schroefde een naambordje op de deur: Bureau Hofkes Reputatiemanagement was geopend! Mijn toenmalige baas vroeg zich af wat ik precies ging doen. Ik vertelde dat ik de reputatie van organisaties ging meten. In 1997 ben ik afgestudeerd aan de RuG met een door mijzelf ontwikkelde methode: de Reputatiebarometer. Dat is een methode om de reputatie van een organisatie vanuit het perspectief van de stakeholders te meten. De blik van buiten naar binnen halen dus. Mijn toenmalige baas vond het wel een interessant concept, maar geloofde toch niet dat de reputatie van een organisatie ooit belangrijker zou worden dan de financiële prestaties. Dat was in 2006. Toen werd het 2008, en vanaf de val van Lehman Brothers werd alles anders. De ene na de andere gevestigde reputatie sneuvelde genadeloos. Onze economie is sinds die tijd danig uit balans. Gerenommeerde instituten kraken in hun voegen en steeds meer



Mildred Hofkes

Oprichter Bureau Hofkes
Reputatiemanagement (BHRM) en
het platform NieuwBestuur.
Initiatiefnemer vijfjaarlijks
reputatieonderzoek onder
de bestuurlijke elite.
www.bhrm.nl

grote organisaties lopen reputatieschade op (onder meer de Rabobank zelf als gevolg van de Libor-affaire). Reputatieschade kost geld, veel geld. Maar bovenal kost reputatieschade vertrouwen. Het belangrijkste wat een organisatie kan doen bij reputa-

tieschade, is zorgen voor een nieuwe toon aan de top. En dan bedoel ik dat de bestuurders van de organisatie echt een andere taal leren spreken. Een taal die open staat voor de signalen van buitenaf, die verbinding weet te maken en zelfreflectie toont. Pas dan werkt een bestuur intrinsiek aan reputatieverbetering van binnenuit. Ik noem dat het Nieuwe Besturen. Ondanks de lessen die geleerd zijn uit de crisis is de bestuurlijke elite nog steeds ontevreden over de huidige toon aan de top, blijkt uit de resultaten van het nationale reputatieonderzoek 2014 onder topbestuurders. De huidige bestuurlijke elite beschrijft zichzelf als te risicomijdend, te veel gericht op de kortetermijnwinst en te behoudend. De 'toon aan de top' van onze bestuurlijke elite is uiterst relevant voor ons allemaal. We hebben behoefte aan bestuurders met moed, innovatiekracht en een heldere visie op een duurzame economie. Laten we ruimte maken voor een nieuwe toon én een nieuwe taal aan de top. De tijd is er meer dan rijp voor. ●



Persoonlijk

Het katern over ambities, emoties, ideeën en idealen