

Het Nieuwe Besturen

Beeld: David Eijssenck

Mildred Hofkes (1971) is de oprichter van het platform NieuwBestuur.nl. Zij brengt bestuurders bijeen rondom het thema strategisch reputatiemanagement & Het Nieuwe Besturen. Zo organiseert NieuwBestuur op donderdag 29 maart 2012 in Amsterdam de derde editie van het Nationale Reputatie Congres. De ambitie van Hofkes is om binnen vijf jaar 'Het Nieuwe Besturen' te verankeren binnen de Nederlandse bestuurskamers.

Wat is 'Het Nieuwe Besturen'?

Het Nieuwe Besturen is het antwoord op de roep van de maatschappij om eerlijke en transparante bedrijfsvoering. Hierbij draait het om drie zaken: 1) openstaan voor signalen uit de omgeving/van de stakeholders, 2) verbinding maken met de stakeholders door hun signalen serieus te nemen en 3) een betrouwbare en geloofwaardige boodschap hebben. Het Nieuwe Besturen bepleit een omslag in de bestuurstijl, van hiërarchie naar verbinding. Bij Het Nieuwe Besturen plaatsen bestuurders hun organisatie tussen de stakeholders. Niet zenden, maar luisteren en de

dialogo aangaan is de essentie van het Nieuwe Besturen. Alleen door in verbinding te staan met je stakeholders, en hun behoefte te kennen, kun je een succesvolle lange termijn strategie ontwikkelen gericht op groei en continuïteit. Er is dan sprake van dienend leiderschap, waarbij zakelijk succes en persoonlijk welzijn samengaan.

Hoe ben je hier op gekomen?

In 2006 heb ik Bureau Hofkes Reputatiemanagement opgericht (BHRM), een reputatieonderzoeksbureau dat gespecialiseerd is in reputatieonderzoek en advies. Ik bleek de eerste te zijn in Nederland en kreeg vanaf de start veel publiciteit. Inmiddels onderzoekt mijn bureau al jaren de reputatie van organisaties onder stakeholders en geven we concrete reputatieadviezen. Reputatiemanagement bleek een bestuurstaak. Ik zag steeds vaker dat bestuurders die de



Het 3e
Nationale
Reputatie
Congres

Het Nieuwe Besturen

reputatie van hun organisatie als strategisch leidraad nemen, zich sterk in de markt profileerden en groeiden. Ook tijdens de crisis.

In 2009 heeft mijn bureau een groot reputatieonderzoek uitgevoerd onder de Top200 meest invloedrijke bestuurders van Nederland naar benodigde bestuurdersvaardigheden. Zij noemden vaardigheden als 'het vermogen om verbinding te maken, 'het bewustzijn van signalen uit de omgeving' en 'het vermogen tot zelfreflectie'. Deze vaardigheden zijn de essentie van goed reputatiemanagement en Het Nieuwe Besturen. Blijkbaar was dit nieuws, want ons reputatieonderzoek haalde zelfs de voorpagina van de Volkskrant.

En waar gaat Het Nieuwe Besturen naar toe?

Vanuit NieuwBestuur probeer ik bestuurders bewust te maken van hun persoonlijke vaardigheden en waarom strategisch reputatiemanagement zo belangrijk is anno 2012. Maar ik blijf in eerste instantie onderzoeker. Met

goed uitgevoerd reputatieonderzoek vanuit stakeholderperspectief kan ik zien in hoeverre organisaties een strategie ontwikkelen die werkelijk gericht is op groei en continuïteit. En dat is ook interessante informatie voor bijvoorbeeld aandeelhouders.

De economische crisis laat zien dat alleen sturen op 'financials' (omzet en winst) een te beperkt beeld geeft van de werkelijke waarde van een organisatie. Wanneer stakeholders een slecht beeld hebben van een organisatie komt dit niet terug in de bedrijfsprestaties. Dit beïnvloedt echter wel het (toekomstige) succes. De zogenaamde 'non-financials' zoals klanttevredenheid, medewerkertevredenheid, merkbeleving, klantenloyaliteit, duurzaamheid, (wat kan worden samengevat in de "reputatie-index"), dienen objectief en accountable te worden gemeten. Zo krijg je naast de 'financials' een tweede geobjectiveerde maatstaf om het succes te bepalen van de onderneming, namelijk de 'reputatie-index'.



Het Nationale Reputatie Reputatie Congres in de Westergasfabriek met dagvoorzitter Astrid Joosten



Wim Leereveld, Oprichter ATM-index en spreker tijdens het 3e Nationale Reputatie Congres



Theo Rinsema, General Manager Microsoft vertelt over Het Nieuwe Besturen

Pas wanneer er naast het financiële rapport, ook een onafhankelijk gemeten reputatie-index ligt, kun je spreken van een compleet beeld over de waarde van een organisatie. Hierover gaan we op 29 maart a.s. verder praten tijdens het 3e Nationale Reputatie Congres.

Op 29 maart organiseert NieuwBestuur voor de derde keer het Nationale Reputatie Congres. Het thema is: Reputatie als nieuwe economische waarde: What gets measured gets done. Wat bedoel je daar mee?

Duurzaamheid, klanttevredenheid, geloofwaardigheid, vertrouwen onder klanten, klantenservice etc.. Vrijwel iedere organisatie is er al mee bezig. Maar pas wanneer dit een serieuze taak wordt en vanuit de bestuurskamers

wordt geagendeerd en gemonitord, gaat de organisatie deze waarden voorop stellen.

De Access to Medicine Index (ATM) is mijn inspiratiebron. Wim Leereveld is begonnen met het meten van de prestaties van 's werelds grootste farmaceuten, niet in financiën maar in mensen voorzien van medicijnen. Bill Gates steunt dit project en de ATM-index wordt gepubliceerd in de Financial Times. What gets measured, gets done, blijkt te werken. Want ook aandeelhouders zijn gevoelig voor de ATM-index. Ik vind het geweldig dat Wim Leereveld zijn verhaal komt vertellen op ons congres, evenals Marcel Joachimsthal, de directeur van GlaxoSmithKline, die nummer 1 staat in de ATM-index.

Ik voorspel dat we het in de toekomst heel normaal gaan vinden dat bedrijven ook verantwoording afleggen over hun 'non-financials'. Dit is echter nog steeds niet de norm voor bestuurders. We staan nu voor belangrijke collectieve keuzes in onze economie. Ik geloof in de bestuurders van ons land en zie de kopgroep al veranderen. Zij sturen naast 'financials' ook gericht op 'non-financials'. Dat wordt de toekomst, maar nu zijn het nog de pioniers. Ik wil er met het platform Nieuwbestuur.nl graag voor zorgen dat deze pioniers de credits krijgen die ze verdienen!



Doekle Terpstra, bestuursvoorzitter InHolland en spreker tijdens het 3e Nationale Reputatie Congres

Het 3e Nationale Reputatie Congres vindt plaats op donderdag 29 maart 2012, van 13:00 uur tot 18:00 uur in de WesterLiefde/Westergasfabriek in Amsterdam. Het thema is: REPUTATIE ALS NIEUWE ECONOMISCHE WAARDE: WHAT GETS MEASURED GETS DONE. Nieuw dit jaar is de aanvullende ochtendmasterclass Strategisch Reputatie-management, voorafgaand aan het congres. Met Mildred Hofkes, Astrid Joosten en Maarten Zweers. Zie voor meer informatie en inschrijving: www.nieuwbestuur.nl