



Mildred Hofkes

Quote nr.267, september 2007



Flashback

Quote presenteerde talloze bevlogen ondernemers. Hoe is het hun vergaan?
We blikken terug met Mildred Hofkes, die vijf jaar geleden in Zapp stond.

Bureau Hofkes Reputatiemanagement bestond in 2007 net een jaar. Toch had oprichter Mildred Hofkes toen al een duidelijk vijfjarenplan voor ogen. ‘Reputatiemanagement was tot dat moment bij veel bedrijven ondergebracht bij de communicatieafdeling. Ik wilde er met mijn bureau voor zorgen dat men doorkreeg dat dit onderdeel is van de corebusiness’, vertelt Hofkes in haar kantoor in Haarlem. Terugkijkend lijkt die missie behoorlijk geslaagd. Want niet alleen is haar bedrijf de laatste jaren aanzienlijk gegroeid, ook organiseerde Hofkes drie keer – en steeds grootschaliger – het Nationale Reputatie Congres. Daarnaast bouwde ze aan het platform Nieuw Bestuur, ‘ter promotie van het Nieuwe Besturen in Nederland’.

De kredietcrisis hielp daar een handje bij. Hofkes: ‘Daarvoor was een goede reputatie *something nice to have*. Of je omgeving jouw bedrijf nu positief beoordeelde of niet, de omzet kwam vaak toch wel binnen. Maar sinds de crisis is een goede reputatie absoluut *something you need to have*. Alleen naar financiële resultaten kijken, kan niet meer.’ Zo veel mogelijk bonussen binnen harken met een middelvinger richting klanten is dus verleden tijd? ‘Ja, wat dat betreft keert de wal het schip. De succesvolste organisaties

zijn zich bewust van de belangen van hun omgeving.’

De afgelopen jaren werkte Hofkes aan het perfectioneren van de door haar ontwikkelde Reputatie-index. Daarin maakt ze verschillende waardes meetbaar die nu meestal niet in het jaarverslag van een bedrijf zijn terug te vinden, maar wel van belang zijn: bereikbaarheid, transparantie, serviceverlening, beloningenbeleid en meer. Via onderzoek onder vijf of zes groepen belanghebbenden (zoals klanten, medewerkers en leveranciers) brengt Hofkes de algehele reputatie van zo’n bedrijf in kaart. ‘Zo wordt meetbaar hoe de buitenwereld tegen je bedrijf aankijkt. Je definieert welke waarde jouw bedrijf toevoegt en hoe geloofwaardig en betrouwbaar belanghebbenden jou werkelijk vinden.’ Als het aan Hofkes ligt, zijn die waardes in de toekomst ook in jaarverslagen terug te lezen. ‘Bestuurders moeten verantwoordelijk worden gehouden voor de reputatie. Dat is ook interessant voor investeerders, want een reputatie zegt iets over de toekomst van het bedrijf.’

Dat er in Nederland genoeg bestuurders zijn die graag van Hofkes leren hoe ze aan hun reputatie kunnen werken, wordt bewezen door de reeks ‘bestuurstafels’ die ze de afgelopen tijd organiseerde. ‘Daarbij zitten tien bestuurders uit verschil-

Bestuurders moeten verantwoordelijk worden gehouden voor de reputatie van een bedrijf. Dat is ook interessant voor investeerders

lende sectoren met elkaar aan tafel om te discussiëren over de vraag hoe je strategisch aan een reputatie bouwt. Het Nederlandse bedrijfsleven is daarin trouwens een stuk verder dan in bijvoorbeeld de Angelsaksische landen. Wij worden steeds vaker gebeld door headhunters met de vraag of wij goede kandidaten kennen die met het Nieuwe Besturen uit de voeten kunnen.’

De vraag naar haar diensten is dus groot, maar toch is er nog altijd een wereld te winnen. ‘We zijn welkom in de boardrooms, men staat ervoor open. Maar als het er echt op aankomt, zeggen velen nog: ‘Laat mijn opvolger maar op die nieuwe manier besturen.’ Er is wel moed voor nodig om het op deze manier te doen.’ Hoeveel uur Hofkes zelf wekelijks aan haar werk besteedt? ‘Kijk, dat is nou ouderwets denken. Mijn werk moet succesvol zijn, dat is belangrijker dan het aantal uren. Want wat is hard werken? Zestig of tachtig uur? En wat doe je in die tijd? Ik voeg waarde toe aan dit bedrijf, maar als een van mijn kinderen een sportdag heeft, ben ik erbij.’

MILDRED HOFKES (41) IS oprichter Bureau Hofkes Reputatiemanagement | EN initiatiefnemer platform NieuwBestuur.nl | **SCHREEF** het boek *Wisseling van de macht*, in 2009 | **HEEFT** twee dochters (7 en 4) | **RIJDT** Audi A6 Avant | **TIP** ‘Door soms de stilte op te zoeken, krijg je de beste ideeën’