

## [PERSBERICHT]

Amsterdam, 21 januari 2020

# Eerste meting ReputatiePanel: “Ondanks magere score staat vertrouwen niet hoog op de agenda van de top”.

Om vertrouwen te verdienen is het als organisatie vooral van belang om kleur te bekennen en ernaar te handelen. Dat blijkt uit de eerste meting van het ReputatiePanel. Twee derde van de leden denkt dat de eigen organisatie maximaal een zeven zou krijgen als het om vertrouwen gaat. Vertrouwen lijkt ook niet erg hoog op de agenda te staan in de organisatie. Het ReputatiePanel bestaat uit 200 senior experts op het gebied van communicatie, reputatie en public affairs, en is opgezet door adviesbureau Wepublic en insightsbureau Motivation.

De eerste panelmeting vond eind vorig jaar plaats en daarin stond het onderwerp vertrouwen centraal. Vertrouwen vormt een belangrijke basis voor een goede reputatie, en is een voorwaarde voor het werken aan en behalen van organisatiedoelstellingen. Volgens de panelleden zie je dat vooral terug in grotere koopbereidheid, groei van omzet en winst en een sterkere klantenbinding.

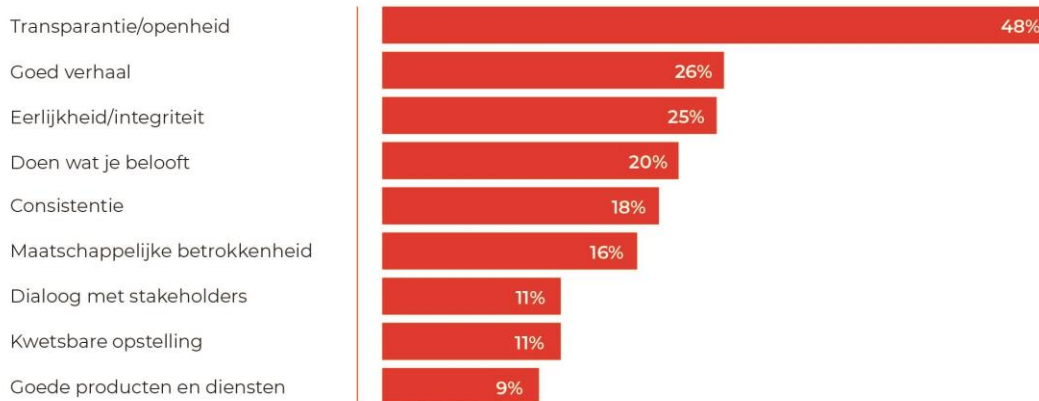
### Schoolvoorbeelden van verdiend vertrouwen

NS, KLM, DSM en Coolblue worden door het ReputatiePanel het vaakst genoemd als schoolvoorbeeld van verdiend vertrouwen. Ook Triodos, Philips en de ANWB scoren hoog. Deze organisaties blinken uit omdat zij een helder profiel hebben en open zijn. Ze maken duidelijk waar ze voor staan. Bovendien hebben ze heldere, vaak ook maatschappelijke, doelen en aarzelen zij niet om duidelijke keuzes te maken op basis van hun visie. Voorbeelden van hoe het niet moet zijn vooral organisaties uit de financiële sector, de energiesector, uitvoeringsorganisaties van de overheid en de overheid. Gebrek aan transparantie en het slecht communiceren bij issues zijn de redenen waarom deze organisaties slecht scoren volgens het ReputatiePanel: “Ze lijken maar niet te begrijpen wat het publiek wil”, aldus een panellid.

### Sleutel tot vertrouwen: beken kleur en handel ernaar

De vraag is hoe je als organisatie vertrouwen verdient. Transparantie en openheid worden door het ReputatiePanel het meest genoemd als de sleutel tot vertrouwen. Het gaat over openheid over de keuzes en afwegingen die je maakt. Het gaat om context bieden. En over het laten zien van de mensen achter je bedrijf. Meer dan een kwart van de leden van het ReputatiePanel benadrukt daarnaast het belang van het hebben van een goed verhaal. Het ‘waarom’ van de organisatie komt ook tot uiting in maatschappelijke discussies. Eerlijkheid en doen wat je beloofd scoren daarna hoog. “Vertrouwen is een beloning, en dat zie je in deze respons goed

terug. Mooi om te zien dat naast transparantie en het hebben van een goed verhaal ook consistentie en het betrekken van stakeholders veel worden genoemd door het ReputatiePanel”, aldus Maurice Jansen van Wepublic.



Afbeelding: sleutels tot het verdienen van vertrouwen (ReputatiePanel, januari 2020)

### Grote uitdagingen: maatschappelijke betrokkenheid en betrouwbaarheid van informatie

Volgens het panel is een helder verhaal en duidelijke communicatie het belangrijkste vraagstuk in deze turbulente wereld. De grootste uitdaging hierbij is hoe je missie en visie op een passende manier uitdraagt. Direct daarna worden maatschappelijke betrokkenheid en maatschappelijk verantwoordelijkheid genoemd. Ook de betrouwbaarheid en onbetrouwbaarheid van informatie wordt steeds meer als uitdaging gezien. “Een goede reputatie steunt op meerdere pilaren waarvan de voelhorens in de samenleving een belangrijke basis vormen. Wij zijn benieuwd hoe zich dat gaat ontwikkelen in de komende jaren”, aldus Karel Sloodman van Motivaction.

### Over het ReputatiePanel

Het ReputatiePanel bestaat uit circa 200 senior experts op het gebied van communicatie (marketingcommunicatie en corporate communicatie), reputatie en public affairs. 80% van de leden heeft meer dan 15 jaar werkervaring als professional. Het merendeel is werkzaam in organisaties met meer dan 500 medewerkers. Panelleden worden periodiek om hun visie en mening gevraagd over reputatie-gerelateerde onderwerpen. De volgende meting is in februari en gaat over reputatie en reputatie-instrumenten. In november van dit jaar staat het thema vertrouwen weer op de agenda. Een aantal vragen uit de recente meting wordt daarin opnieuw meegenomen. Door metingen te herhalen worden ontwikkelingen in kaart gebracht. Het ReputatiePanel is een initiatief van Wepublic en Motivaction.

---

### Noot voor de redactie

Voor een uitgebreidere rapportage kun je contact opnemen met Maurice Jansen ([maurice.jansen@wepublic.nl](mailto:maurice.jansen@wepublic.nl) of 06 29551960), of Karel Sloodman van Motivaction ([k.sloodman@motivaction.nl](mailto:k.sloodman@motivaction.nl) of 06 50682258).