

Philips weer bedrijf met beste reputatie

Voor de tiende maal op een rij, wint Koninklijke Philips de prijs voor het Nederlandse bedrijf met de beste reputatie. De prijs werd gisteravond uitgereikt.

Hanneke van den Nieuwenhof
h.vdnieuwenhof@ed.nl

Amsterdam

Elk jaar publiceert het Reputation Institute in meer dan veertig landen een reputatieranglijst van de dertig grootste bedrijven uit dat land. In Nederland gebeurt dit nu twintig jaar. De ranglijst wordt opgesteld met behulp van het RepTrak-model dat is ontwikkeld door het instituut. De bedrijven op de lijst worden door het jaar heen beoordeeld door een representatieve groep van minimaal 300 Nederlanders. De bedrijven kunnen maximaal 90 punten behalen. Koninklijke Philips scoort al tien jaar op rij rond de tachtig punten. Dat levert het bedrijf dit jaar voor

de tiende achtereenvolgende keer de koppositie op. Een wereldrecord. De prijs werd gisteren uitgereikt in het Rijksmuseum in Amsterdam door Cees van Riel, hoogleraar aan de Rotterdam School of Management, Erasmus Universiteit (RSM) en mede-oprichter van het Reputation Institute. Volgens Van Riel laten de cijfers op de ranglijst heel goed zien dat reputatie steeds meer wordt bepaald door de mate waarin bedrijven in staat zijn zichzelf te vernieuwen. „Uiteraard zijn ook dat de feitelijk aantoonbare prestaties bepalend, net als de authenticiteit en intensiteit waarmee een bedrijf communiceert”, stelt Van Riel. „Maar in het algemeen geldt dat bedrijven die in staat zijn zichzelf opnieuw uit te vinden en inspelen op de veranderende behoefte van de consument, hoger worden gewaardeerd. Die bedrijven hebben een sterke reputatie. Zeker wanneer ze op een aanspreekbare manier communiceren. Zoals Philips. Het bedrijf wordt bovendien als innovatief en relevant erva-

ren. En het wordt gezien als een echt Nederlands bedrijf. Het is van ons”, legt Van Riel uit.

Hij geeft wel aan dat ook de sector **Bedrijven die in staat zijn zichzelf opnieuw uit te vinden worden beter gewaardeerd**

bepalend is voor de reputatie. „Bedrijven met consumentengoederen en auto's eindigen altijd bovenaan, bedrijven in energie of financiële instellingen onderaan. Hoewel ABNAMro, ING en Rabobank dit jaar alle drie twee plaatsen zijn gestegen.”

ASML

Opmerkelijk is dat ASML op de derde plaats is geëindigd direct onder Heineken. Volgens Van Riel is dat terug te brengen op de kracht van het bedrijf dat zelfs in de crisis nog sterk groeide en altijd op zoek was naar mensen. „Maar ze zijn ook intensiever gaan communiceren. En wat je er in stopt haal je er ook uit”, aldus Van Riel.



▲ Hoogleraar
 Cees van Riel

