

Reputatie-onderzoek onder stakeholders

Eind 2017 hebben wij een anoniem reputatieonderzoek laten uitvoeren door Bureau Hofkes Reputatiemanagement, onder zeven stakeholdergroepen van onze organisatie: klanten, overheidsrelaties, strategische partners, maatschappelijke organisaties, leveranciers, media en kennisinstituten.

Dit is de tweede keer dat we deze meting hebben laten uitvoeren. De eerste keer (0-meting) was twee jaar geleden, eind 2015. Reden voor dit onderzoek is dat Port of Amsterdam een goed beeld wil hebben van wat relaties/ stakeholders van de organisatie vinden, en hoe zij de visie, strategie en uitvoering daarvan waarderen.

Opzet onderzoek

De deelnemers aan het onderzoek (een steekproef uit de verschillende stakeholdergroepen) worden telefonisch geïnterviewd, elk interview duurt gemiddeld 27 minuten. Het onderzoek meet de verwachtingen die stakeholders van het havenbedrijf hebben t.a.v. voor hen belangrijke onderwerpen en de ervaringen die zij op die onderwerpen hebben met het havenbedrijf. Het verschil tussen verwachting en ervaring bepaalt de waardering, en dus de reputatie van het havenbedrijf.

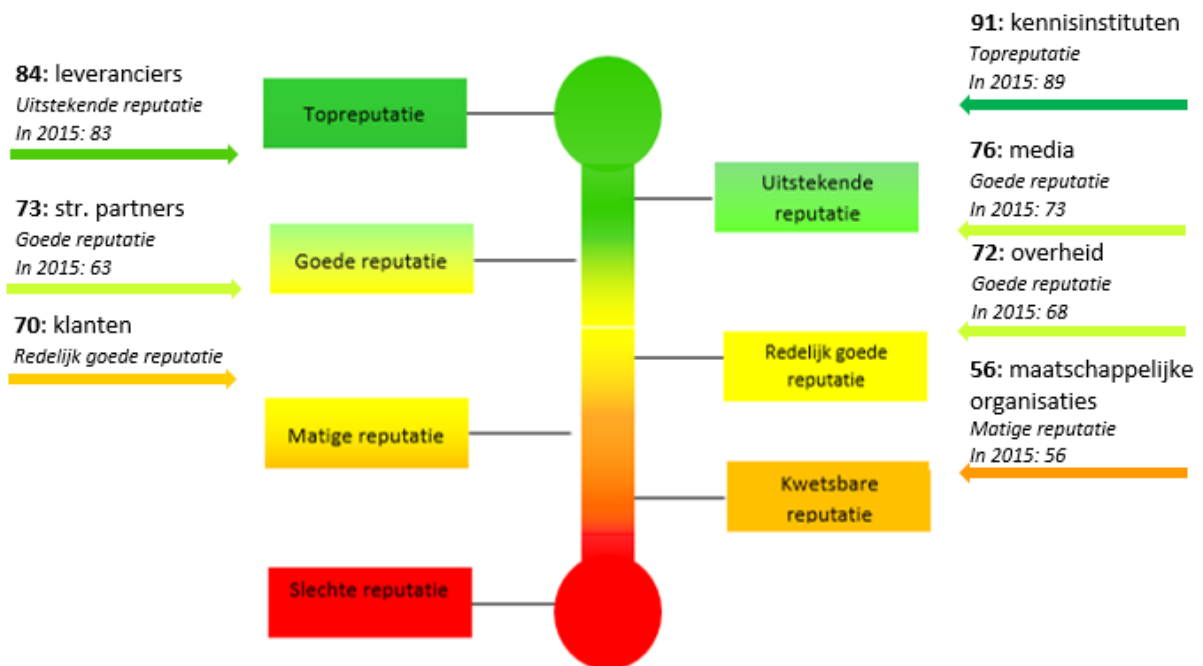
KPI

In onze Strategie 2021 hebben wij een KPI opgenomen voor de reputatie onder stakeholders. Wij streven ernaar om bij alle groepen minimaal 71 punten te halen, wat gelijk staat aan een goede reputatie.

Samenvatting van de resultaten

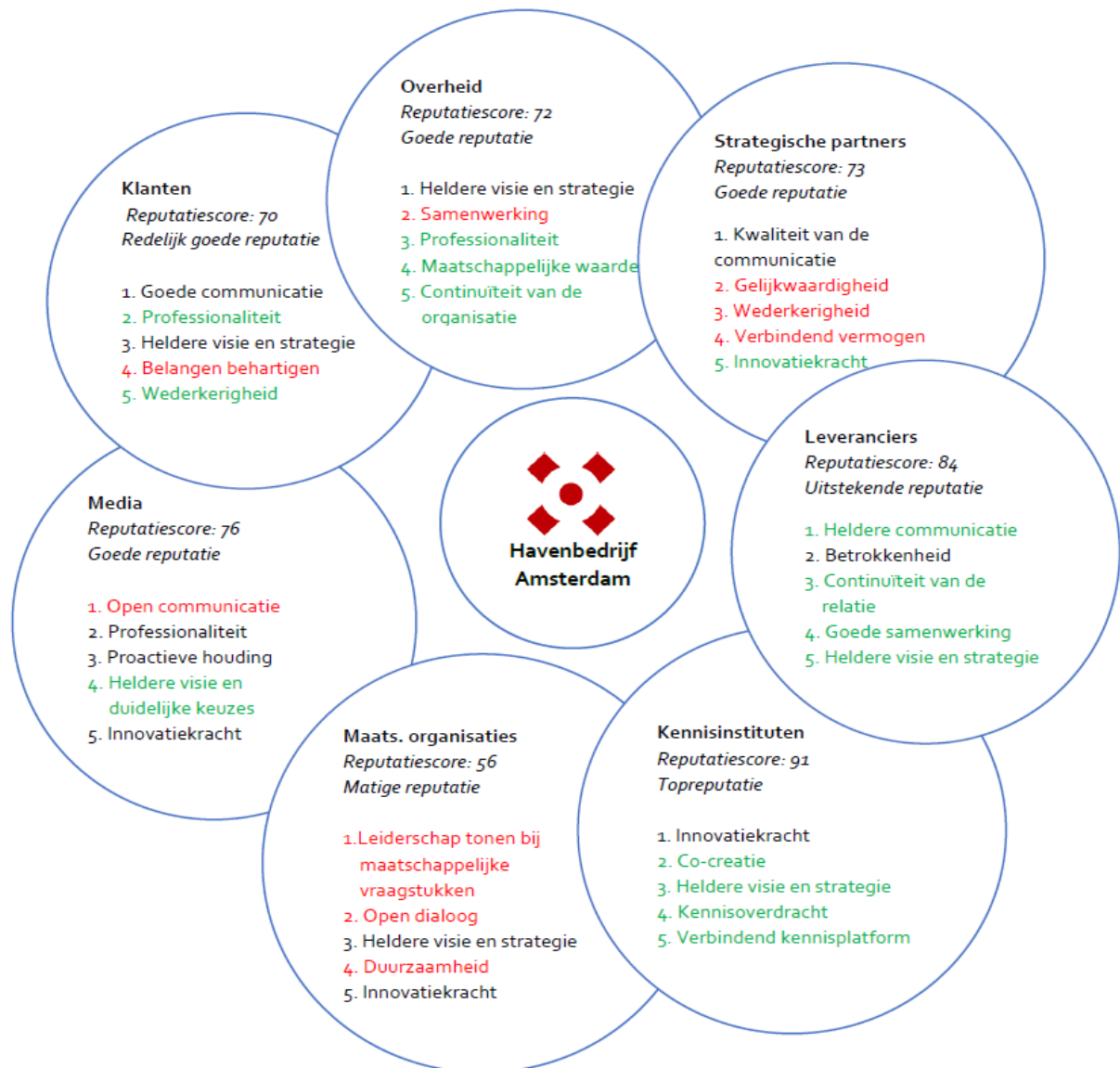
Over het algemeen heeft het havenbedrijf een redelijke of goede reputatie bij haar relaties en wordt het contact met de medewerkers als prettig en constructief ervaren. Ten opzichte van de 0-meting van eind 2015 is de reputatie bij vrijwel alle stakeholdergroepen gestegen. Bij de maatschappelijke organisaties is de reputatie gelijk gebleven (56, een matige reputatie), en bij de groep 'Klanten', die we in 2017 nieuw hebben toegevoegd, is de waardering 70 (redelijk goede reputatie). Bij alle andere groepen in de van het havenbedrijf goed of uitstekend.

Overzicht reputatiescores per stakeholdergroep 2017 in vergelijking met 2015



Toelichting score BHRM Reputatiebarometer®		
Boven > 90	:	topreputatie
Tussen 81-90	:	uitstekende reputatie
Tussen 71-80	:	goede reputatie
Tussen 61-70	:	redelijk goede reputatie
Tussen 51-60	:	matige reputatie
Tussen 41-50	:	kwetsbare reputatie
Tussen 00-40	:	slechte reputatie

Reputatiedrivers en aandachtspunten
 Hieronder zijn, per stakeholder, de belangrijkste onderwerpen weergegeven die de reputatie van het havenbedrijf bepalen. De kleuren geven de waardering per onderwerp aan: zwart geeft aan dat de ervaringen overeen komen met de verwachtingen, groen geeft aan dat de ervaringen de verwachtingen overtreffen, rood geeft aan dat het een aandachtspunt betreft. Ook als de waardering op onderwerpen is toegenomen t.o.v. 2015, kunnen deze onderwerpen toch aandachtspunten blijven. De verwachtingen van stakeholders zijn namelijk ook toegenomen. Zo is bijvoorbeeld



Aanbevelingen

Wie de belangrijkste aandachtspunten en aanbevelingen vergelijkt tussen eind 2017 en eind 2015, ziet dat de verwachtingen binnen dezelfde onderwerpen zijn opgeschoven. Stakeholders ervaren dat de aanbevelingen van 2015 zijn opgepakt, maar nu zou men graag zien dat we een stap verder gaan. Dit ziet er als volgt uit:

Van: de Visie2030 (duurzaamheid en innovatie) vertalen naar concreet beleid (2015),
 naar: leiderschap pakken op deze onderwerpen vanuit kennisvoorsprong (2017).

Van: de organisatie uitbouwen tot een netwerkorganisatie (2015),
 naar: regisseursfunctie duurzame haven op ons nemen (2017).

Van: meer zichtbaar zijn in de publieke arena/ het maatschappelijke debat (2015),
naar: stevige belangenbehartiging voor de haven (2017).

Van: de interne organisatie verder op orde brengen, m.n. interne borging van de visie (2015),
naar: meer eenduidigheid naar buiten toe (2017).

Vervolgstappen

Als volgende stap laten wij onze medewerkers reflecteren op de uitkomsten van het onderzoek. Vervolgens vertalen we de aanbevelingen naar concrete acties en beleid. Dit willen we deels in samenspraak oppakken met onze relaties.

Vragen?

Met vragen over het onderzoek kunt u terecht bij Mildred Hofkes van Bureau Hofkes Reputatiemanagement (mildred@bhrm.nl) of bij Bart Sikking, hoofd Communicatie van Port of Amsterdam (bart.sikking@portofamsterdam.nl). Ook kunt u de uitgebreide samenvatting van het onderzoek hier opvragen.