

# 'The Crown'

## INDIVIDUEN HEBBEN PRIVACY NODIG. EN ONDERNEMINGEN..?

O, wat ben ik intens niet-jaloers op de leden van de Britse Koninklijke familie! Net klaar met het derde seizoen van de Netflix-serie *The Crown* becroop me een beklemming: hoe alomvattend, en niet zelden verwoestend is het effect van moeten leven in zo'n Koninklijk – glazen – Huis. Continu beloerd en beoordeeld en veroordeeld worden op basis van halve, of optisch vervormde feiten; van onrealistische verwachtingen. De horreur van omgeven zijn door hofdignitarissen ('Die vreselijke snorren!', zoals Prins Philips in wanhoop uitroept) die de Royals vastzetten in protocollen, en optreden als immer calculerende PR-managers: 'Realiseer U hoe de media dit zouden uitleggen...'

In de serie lijken Prins Charles, Prinses Margaret, Philip, maar ook The Queen herself, door dat ontbreken van echte privacy, stuk voor stuk diep gewonde zielen.

Ik vermoed dat menig onderneming-bestuurder – zeker als de onderneming beursgenoteerd is – zichzelf hierin herkent. Die verlamming die ontstaat door de vraag hoe de buitenwereld – aandeelhouders, banken, maar ook het personeel, afnemers en leveranciers – zullen reageren op dit of dat nieuwsfeit? Hoe hou je de kloof tussen beeldvorming en werkelijkheid overbrugbaar?

Terecht is transparantie en verantwoording afleggen de norm voor bedrijven die werken met kapitaal van anonieme beleggers. Maar voor bestuurders betekent al die openheid dat ze slechts kunnen hopen dat hun organisatie niet verzeild raakt in een of andere mediastorm, veroorzaakt door een uit proportie geblazen bericht of een zelf begane stommiteit.

Ik moet terugdenken aan voormalig AkzoNobel CEO Ton Büchner, die kort na zijn aantreden in 2012 tijdelijk moest stoppen vanwege een burn-out. Later ging hij weer aan de slag, maar in 2017 gooide hij de handdoek toch in de ring. Het effect van de speculatie over hoe ernstig Büchners ziekte was, maar natuurlijk ook hoe zijn aanblijven of aftreden de koers van de onderneming zou beïnvloeden heeft het bedrijf verlamd. En dan ging het hier nog over hoe feiten geïnterpreteerd moesten worden. Maar stel

je voor hoe energieslurpend het voor ondernemingsbestuurders moet zijn als ze te maken krijgen met regelrechte leugens, laster, nepnieuws, of zogenaamde 'conclusies' uit big-data analyses.

Misschien worden ondernemingen wel effectiever bestuurd als de bestuurders meer 'privacy' wordt gegund. Directies van grote familiebedrijven, zoals C&A, of SHV rapporteren natuurlijk in besloten kring aan familieleden, maar ze hebben de facto meer privacy. Ze zijn minder vaak onderwerp van speculatie. En structureel slechter presteren dan genoteerde bedrijven doen ze niet. Achter het weer afschaffen van de plicht om op kwartaalbasis te rapporteren, in 2016, zat die gedachte: iets meer rust in de tent levert meer op dan continu de tussenstanden doorgeven.

De frequentie van rapporteren hangt natuurlijk ook samen met hoe ruim het mandaat is dat aandeelhouders en bestuurders met elkaar afspraken, in termen van budget, maar ook tijd. Dat kan voor de nodige bewegingsruimte zorgen. Als wisselgeld voor een iets ruimer mandaat zouden de stakeholders een CEO kunnen vragen om buiten de vaststaande rapportagemomenten om, commentaar te geven op gebeurtenissen die de onderneming raken. In kwantitatieve, maar misschien vooral in kwalitatieve termen. Van Air France-KLM zou je bijvoorbeeld, na berichten over beperking van CO<sub>2</sub>-uitstoot, van de CEO meteen iets willen horen over de impact daarvan op zijn bedrijf.



Omgaan met media-aandacht is een kunst. Het Britse hof zou die, door de hoeveelheid ervaring, volledig moeten beheersen. Maar dan zie je berichten over zo'n Prins Harry die een krant voor de rechter sleept, en zijn oom, prins Andrew, stuntelend voor een camera, en dan voel je je schouders afzakken: beheersing van die dynamiek is voor feilbare mensen misschien gewoon onmogelijk. Maar blijven proberen is plicht!

*Bert Bakker*

Freelance financieel-economisch journalist en publicist