

Onderzoeksverantwoording MT500

Editie 2026

Hoe kwam het onderzoek tot stand?

De MT500 is het jaarlijkse verslag van een onderzoek naar de reputatie van Nederlandse bedrijven onder managers, beslissers en leidinggevendenden. Het onderzoek werd dit jaar voor de 26^e keer uitgevoerd. Het Amsterdam Centre for Business Innovation van de Amsterdam Business School (Universiteit van Amsterdam) was verantwoordelijk voor de opzet en uitvoering van het onderzoek.

Kenmerkend voor de aanpak van de MT500 is de *peer-to-peer*-beoordeling: respondenten vellen een oordeel over bedrijven die in hun eigen branche actief zijn. Dit vanuit het idee dat je beter kunt oordelen over een bedrijf dat in dezelfde industrie opereert dan over een bedrijf uit een branche die verder van je af staat. Respondenten werd gevraagd om hun top 3 van meest bewonderde bedrijven aan te wijzen. Deze top 3 beoordeelden zij vervolgens op vijf aspecten: klantgerichtheid, productleiderschap en de kwaliteit van de uitvoering (conform het model van Treacy en Wiersema ¹), goed werkgeverschap en duurzaamheid. De ranking in de MT500 en de sublijsten is op basis van deze vijf scores berekend.

Ook de samenstelling van de lijst werd voor de editie 2026 weer ververst. Op basis van een combinatie van omzetcijfers en aantallen medewerkers is een lijst met de grootste, in Nederland actieve bedrijven en instellingen samengesteld. Deze lijst is aangevuld met een aantal bedrijven waarvan omzetcijfers en aantallen medewerkers niet direct konden worden achterhaald, maar waarvan algemeen bekend is dat zij tot de categorie 'grootsten van Nederland' behoren. Ook niet-commerciële organisaties uit het hoger onderwijs, ziekenhuizen en zelfstandige bestuursorganen (ZBO's) zijn opgenomen in de groslijst. In totaal bestaat de groslijst uit 1.148 bedrijven en instellingen.

Alleen respondenten met een geverifieerd (zakelijk) e-mailadres konden participeren. Op die wijze is manipulatie van de lijst en oververtegenwoordiging van respondenten van eenzelfde bedrijf voorkomen. De ranking werd uiteindelijk gebaseerd op de beoordelingen van 4.154 respondenten. Gezamenlijk gaven zij 18.136 beoordelingen.

¹ Treacy & Wiersema (1993). *Customer intimacy and other value disciplines*. Harvard Business Review.

² De scores van een bedrijf worden bepaald aan de hand van het aantal toegekende sterren op de verschillende dimensies (op een schaal van 1 tot 5 sterren). Deze scores worden vervolgens vermenigvuldigd met een factor, de zgn. 'multiplier'. De multiplier is gebaseerd op het aantal respondenten dat een bedrijf waardeerde. Een groot aantal 'positieve reviews' is immers meer waard. Om de resultaten over meerdere jaren te stabiliseren werden de scores uit 2024 en 2025 meegenomen in de berekening.

Rekenmodel van de MT500

De opbouw van de vragenlijst

1. Respondenten worden gevraagd om aan te geven in welke sector zij werkzaam zijn en krijgen vervolgens de bedrijven uit de groslijst te zien die tot die sector behoren.
2. Uit deze lijst kiezen zij hun (maximaal) drie meest favoriete bedrijven.
3. Deze bedrijven kunnen zij vervolgens beoordelen op vijf dimensies, telkens met 1 tot 5 sterren.

De vragen

KLANTGERICHTHEID

Hoeveel sterren geef jij deze bedrijven voor 'klantgerichtheid'?

In hoeverre segmenteren zij hun markten en richten zij zich op heel specifieke doelgroepen? Stemmen zij hun aanbod nauwgezet af op de behoeften van klanten die niche(s)?

PRODUCTLEIDERSCHAP

Hoeveel sterren geef jij deze bedrijven voor 'productleiderschap'?

In hoeverre bieden deze bedrijven toonaangevende producten en diensten? Verbeteren zij consequent het gebruik of de ervaring van hun klanten?

EXCELLENTE UITVOERING

Hoeveel sterren geef jij deze bedrijven voor 'excellente uitvoering'?

In hoeverre blinken zij uit door hun klanten van betrouwbare producten of diensten te voorzien tegen scherpe prijzen? Leveren zij maximale eenvoud en gemak voor hun klanten?

GOED WERKGEVERSCHAP

Hoeveel sterren geef jij deze bedrijven voor 'goed werkgeverschap'?

In hoeverre staan zij bekend om hun goede arbeidsvoorwaarden? Spannen zij zich in voor duurzame inzetbaarheid, hebben ze een goed diversiteitsbeleid of bijvoorbeeld een hoge mate van autonomie voor medewerkers?

DUURZAAM ONDERNEMEN

Hoeveel sterren geef jij deze bedrijven voor 'duurzaam ondernemen'?

In hoeverre staan zij bekend om maatschappelijk verantwoord ondernemen? Zijn hun processen, hun producten en hun inkoopbeleid duurzaam en verantwoord?

De eindscore en de ranking in de top 500

Elk bedrijf dat door een respondent in de top 3 wordt geplaatst, wordt vijf keer beoordeeld (telkens met 1 tot 5 sterren):

- Klantgerichtheid
- Productleiderschap
- Excellente uitvoering
- Goed werkgeverschap
- Duurzaamheid

Voor elke toegekende ster krijgt het bedrijf punten:

- 1 ster = 1 punt
- 2 sterren = 4 punten
- 3 sterren = 9 punten

- 4 sterren = 16 punten
- 5 sterren = 25 punten

De optelling van het aantal punten per jaar wordt vermenigvuldigd om tot een gewogen score over drie jaar te komen:

- Twee jaar terug * 1/6
- Vorig jaar * 2/6
- Huidig jaar * 3/6

Vervolgens wordt de score vermenigvuldigd met een multiplier. Deze multiplier is een optelsom van:

- een logaritmische waarde o.b.v. het absolute aantal respondenten dat een bedrijf in zijn/haar top 3 aanwees en
- een logaritmische waarde o.b.v. het totaal aantal punten dat het bedrijf verkreeg van deze respondenten.

Elk bedrijf heeft dus eens eindscore welke is gebaseerd op:

- het gemiddelde aantal sterren op vijf dimensies in een bepaald jaar
- vermenigvuldigt met een factor 1, 2 of 3 al naar gelang het een recenter jaar betreft
- vermenigvuldigt met een multiplier gebaseerd op het aantal beoordelingen en de hoogte daarvan

De Netto Reputatie Score van een sector

Om te bepalen welke sectoren de beste reputatie hebben, is een **Netto Reputatie Score (NRS)** berekend per sector. Daartoe is bepaald:

- of bedrijven meer dan het gemiddelde plus de standaarddeviatie scoren (dit zijn de **Ambassadeurs** van het Nederlandse bedrijfsleven)
- of tot de **middenmoot** behoren (boven het gemiddelde scoren),
- tot de **achterhoede** (onder het gemiddelde),
- of tot de **“rotte appels”** behoren (lager dan het gemiddelde minus de standaarddeviatie).

En vervolgens is – zoals bij de Net Promotor Score – het aantal “rotte appels” afgetrokken van het aantal “ambassadeurs” binnen een sector en het resultaat gedeeld door het totaal aantal bedrijven in de sector. Het resultaat is een score tussen de +100 (alle bedrijven behoren tot de ambassadeurs) en -100 (alle bedrijven behoren tot de rotte appels).

De NRS is berekend aan de hand van de scores van alle gekwalificeerde bedrijven en niet alleen voor de top 500.

Respondenten en sectoren

- Respondenten 2026: 1.242
- Respondenten 2025: 1.339
- Respondenten 2024: 1.573