

WorkRep™ Students Denmark 89 virksomheders omdømme som arbejdsplads blandt studerende på videregående uddannelser

Februar - Maj 2008

Analysen er lavet i samarbejde mellem
Reputation Institute og Moment.

REPUTATION
INSTITUTE 

moment



Kort om Reputation Institute og Moment



Reputation Institute

Reputation Institute (RI) er en international konsulentvirksomhed, der er førende i omdømmemålinger, udvikling og implementering af omdømmestrategier. RI hjælper nationale og internationale virksomheder med at skabe værdi gennem deres arbejde med omdømme. RI afholder regelmæssigt internationale konferencer og udgiver 4 gange årligt Corporate Reputation Review. RI har kontorer i København, New York, Beijing, Madrid, Rotterdam, Johannesburg, Rio De Janeiro og Santiago samt en række internationale partnere i resten af verden.

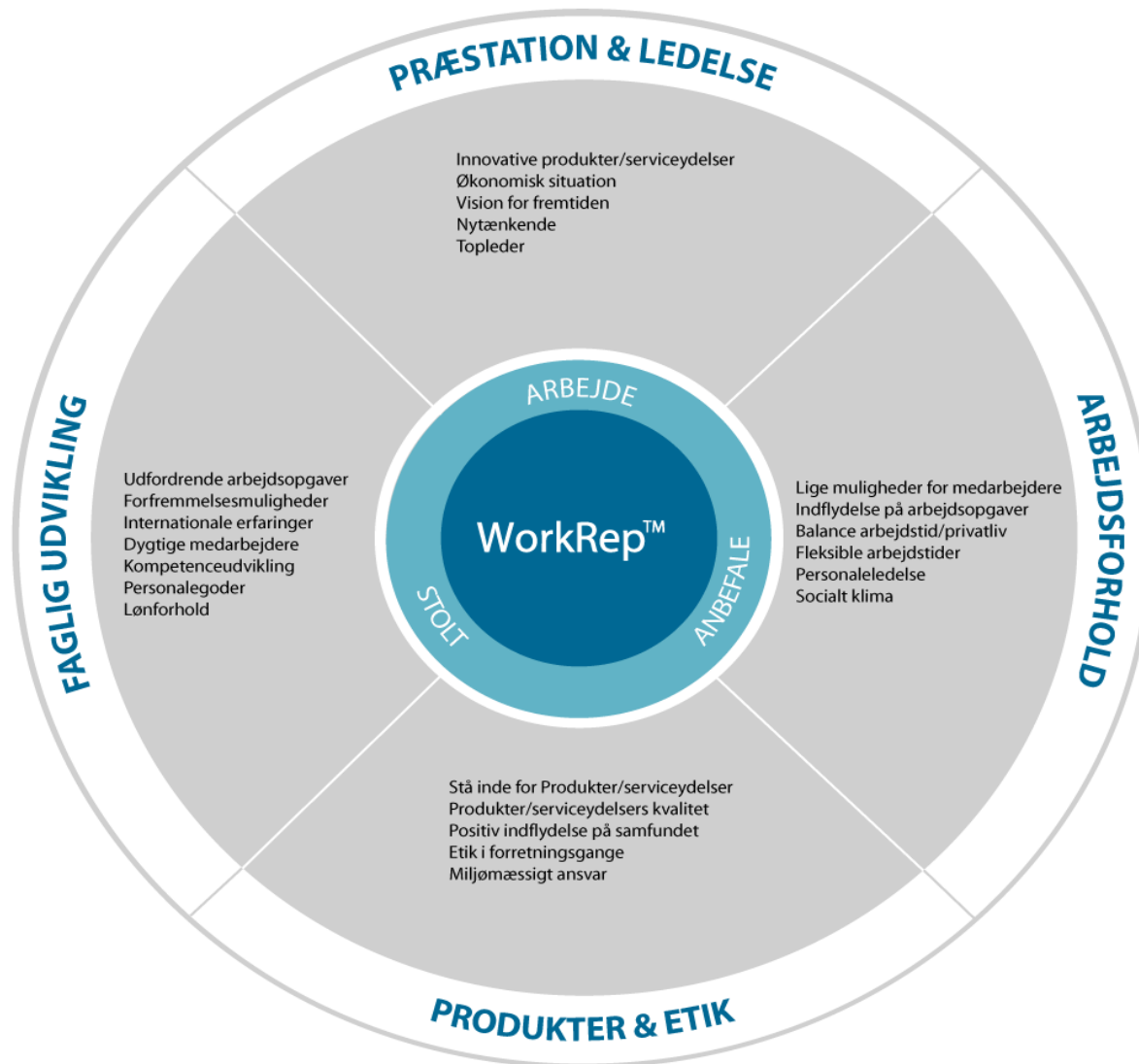
The logo for Moment, consisting of the word "moment" in a white, lowercase, sans-serif font centered within a solid purple rectangular background.

moment

Moment A/S

Moment har etableret sig som en unik kontaktflade mellem erhvervslivet på den ene side og både studerende og færdiguddannede kandidater på den anden. Ved hjælp af Moments stærke netværk og effektive medier skabes der med sikker sans for alle parter behov de helt rette forbindelser. Moment er specialiseret inden for tre hovedområder: Studiejob & Vikariat, Rekruttering & Search samt Employer Branding. Vi har eksisteret siden 1997 og har mere end 120 passionerede medarbejdere.

WorkRep modellen - grundlaget for analysen



WorkRep metoden 2008 Danmark (1/2)

- WorkRep© er et standardiseret måleværktøj, som er udviklet af Reputation Institute. WorkRep scoren udregnes på baggrund af tre centrale spørgsmål, som bestemmer en virksomheds attraktivitet som arbejdsplads. De tre spørgsmål vedrører, 1) hvorvidt studerende vil arbejde i virksomheden, 2) hvorvidt de vil anbefale andre at arbejde i virksomheden og 3) hvorvidt de ville være stolte af at arbejde i virksomheden.
- Hver dimensionsscore udregnes på baggrund af svarene på de attributter, der hører til den givne dimension. Svarene på hver attribut indgår i dimensionsscoren med en vægt i forhold til attributtens vigtighed for dimensionen.
- Virksomhedens WorkRep score udregnes ikke på baggrund af dimensionsscorerne, hvorfor en virksomhed kan have en WorkRep score, som ikke direkte afspejler gennemsnittet af virksomhedens dimensionsscore. Dette skyldes, at der for den enkelte virksomhed kan være faktorer som geografisk beliggenhed, virksomhedens nationalitet mv., som betyder noget for, hvorvidt virksomheden anses for at være en attraktiv arbejdsplads, men som virksomheden ikke kan påvirke direkte.
- Gennem statistisk analyse kobles de 23 WorkRep attributter sammen med WorkRep scoren, hvorved en virksomheds drivere for at være en attraktiv arbejdsplads identificeres. Dette gør det muligt for virksomheden at forstå og drage fordel af sit omdømme som arbejdsplads blandt studerende på videregående uddannelser.
- For hver WorkRep score er der angivet en signifikant forskel, som viser scorens statistiske usikkerhed. En signifikant forskel på f.eks. 0,5 betyder, at der skal være mere end 0,5 i forskel på to scorere for at forskellen er statistisk signifikant.
- I undersøgelsen deltog 7062 studerende på videregående samfundsvidenskabelige, naturvidenskabelige/tekniske og humanistiske uddannelser i Danmark. Hver respondent blev bedt om at foretage en detaljeret vurdering af to til tre virksomheder. Respondenterne vurderede virksomhederne på 23 attributter fordelt på WorkRep modellens fire nøgledimensioner: Faglig Udvikling, Arbejdsforhold, Produkter & Etik og Præstation & Ledelse.
- Resultaterne, som præsenteres i denne rapport, er baseret på en undersøgelse af 89 virksomheder i Danmark.
- Interviewene blev foretaget mellem 20. februar og 28. maj 2008.
- Alle interviews blev foretaget online og er vægtet således, at de udgør et repræsentativt udsnit af studerende på videregående uddannelser i Danmark på de demografiske faktorer, uddannelsesretning og køn.
- De målte virksomheder er udvalgt på baggrund af deres aktivitetsniveau overfor studerende på videregående uddannelser samt de studerendes kendskab til virksomhederne. For at figurere på rankings skal en virksomhed have en kendskabsscore på minimum 5 (fra 0-100).
- Hver virksomhed blev vurderet af respondenter, som angav, at de enten havde "godt" eller "nogenlunde" kendskab til virksomheden. Hvis ikke andet er specificeret, er resultaterne fra hvert spørgsmål baseret på disse respondenter.

WorkRep metoden 2008 Danmark (2/2)

Nedenfor ses de 23 WorkRep spørgsmål, som studerende har svaret på virksomhederne. Spørgsmålene baserer sig på WorkRep modellen.

Spørgsmålene randomiseres således, at de ikke stilles i samme rækkefølge til respondenterne. Dimensionsscorer og attributscorer udregnes på baggrund af svarene på disse spørgsmål.

Brug venligst en skala fra 1 til 7, hvor 1 betyder "beskriver slet ikke virksomheden" og 7 betyder "beskriver virksomheden virkelig godt".

1. Fremstår som en virksomhed, der tillader fleksible arbejdstider
2. Fremstår som en virksomhed, med et godt socialt klima blandt medarbejderne
3. Fremstår som en virksomhed, der gør det muligt at afbalancere arbejdstid og privatliv
4. Fremstår som en virksomhed, der tilbyder produkter og serviceydelser af høj kvalitet
5. Fremstår som en virksomhed, der tilbyder god løn
6. Fremstår som en virksomhed, der tilbyder attraktive personalegoder
7. Fremstår som en virksomhed, der har en klar vision for fremtiden
8. Fremstår som en virksomhed, hvor det er muligt at opnå internationale erfaringer
9. Fremstår som en virksomhed, der tilbyder udfordrende arbejdsopgaver
10. Fremstår som en virksomhed, der giver muligheder for forfremmelse
11. Fremstår som en virksomhed, der har dygtige medarbejdere
12. Fremstår som en virksomhed, der lader sine medarbejdere få indflydelse på, hvordan de udfører deres arbejde
13. Fremstår som en virksomhed, der tilbyder medarbejderne uddannelse og andre muligheder for kompetenceudvikling
14. Fremstår som en virksomhed, der har høje etiske standarder i måden at drive forretning på
15. Fremstår som en virksomhed, der tilbyder produkter og serviceydelser, jeg kan stå inde for
16. Fremstår som en virksomhed, der udvikler innovative produkter og serviceydelser
17. Fremstår som en nytænkende virksomhed
18. Fremstår som en virksomhed med god personaleledelse
19. Fremstår som en økonomisk stærk virksomhed
20. Fremstår som en virksomhed, der har en kompetent og karismatisk topleder
21. Fremstår som en virksomhed, der bidrager positivt til udviklingen af samfundet
22. Fremstår som en virksomhed, der tilbyder lige muligheder for sine medarbejdere (uanset køn, alder, seksualitet, etnisk oprindelse mv.)
23. Fremstår som en virksomhed, der opfører sig ansvarligt for at beskytte miljøet

Terminologi

- **WorkRep score**

WorkRep scoren angives på en 0-100 skala og viser hvor godt virksomhedens omdømme som arbejdsplads er.

- **Dimension**

WorkRep modellen har fire centrale dimensioner: Faglig Udvikling, Arbejdsforhold, Produkter & Etik samt Præstation & Ledelse. En dimensionsscore angives på en 0-100 skala og viser således virksomhedens omdømme på dimensionsniveau.

- **Attribut**

WorkRep modellen har 23 såkaldte attributter, som findes under de fire dimensioner. En attributscore angives på en 0-100 skala og viser virksomhedens omdømme på attributniveau.

- **Driver**

En driver viser, hvad der er vigtigst for virksomhedens omdømme som arbejdsplads. Driverne udregnes på baggrund af en såkaldt faktorjusteret regressionsanalyse. Driverne findes blandt de 23 WorkRep attributter, som hver især har en påvirkning på virksomhedens omdømme som arbejdsplads. Driverne er afhængige af den målgruppe af studerende, der analyseres.

- **Kendskabsscore**

Hver virksomhed har et vist niveau af kendskab blandt studerende. Kendskabsscoren udregnes for hver virksomhed og angives på en 0-100 skala. Jo højere kendskabsscore en virksomhed har, desto mere kendt er den – hvad enten det er for et godt eller dårligt omdømme.

- **Signifikant forskel**

Når to scorere sammenlignes angives en grænse for den signifikante forskel mellem de to scorere. En signifikant forskel på 0,5 betyder eksempelvis, at der skal være en forskel på mere end 0,5 point, når to scorere sammenlignes, for at forskellen kan siges at være statistisk signifikant.

Virksomhedernes omdømme som arbejdsplads

-blandt alle studerende på videregående uddannelser i 2008

| Ranking 2008 | Virksomhed 1- 21 | WorkRep score 2008 | WorkRep score 2007 | Gap 2007-2008 | Kendskabs-score 2008 | Kendskabs-score 2007 | Gap 2007-2008 |
|--------------|-----------------------------|--------------------|--------------------|---------------|----------------------|----------------------|---------------|
| 1. | Novo Nordisk | 68,3 | 68,8 | -0,5 | 81,0 | 83,1 | -2,1 |
| 2. | The Boston Consulting Group | 68,3 | 66,0 | 2,2 | 14,9 | 14,5 | 0,4 |
| 3. | Novozymes | 68,1 | 66,7 | 1,4 | 57,4 | 61,8 | -4,4 |
| 4. | NNIT | 67,0 | 65,0 | 2,0 | 13,1 | 10,4 | 2,7 |
| 5. | Vestas | 63,9 | 58,0 | 5,9 | 75,8 | 73,5 | 2,3 |
| 6. | Oticon | 61,5 | 59,9 | 1,6 | 42,9 | 44,5 | -1,5 |
| 7. | COWI | 60,7 | 57,5 | 3,1 | 45,0 | 43,5 | 1,5 |
| 8. | Terma | 60,6 | 59,3 | 1,3 | 21,4 | 19,2 | 2,2 |
| 9. | PA Consulting Group | 60,5 | 60,2 | 0,3 | 14,9 | 17,2 | -2,4 |
| 10. | Grontmij Carl Bro | 60,2 | 59,4 | 0,8 | 18,3 | 30,6 | -12,3 |
| 11. | Statens Serum Institut | 60,0 | 61,1 | -1,0 | 67,9 | 71,2 | -3,4 |
| 12. | Haldor Topsøe | 59,5 | 59,8 | -0,3 | 17,5 | 17,5 | 0,0 |
| 13. | H. Lundbeck | 59,1 | 65,5 | -6,4 | 51,2 | 52,9 | -1,7 |
| 14. | Bang & Olufsen | 59,0 | 63,2 | -4,2 | 87,0 | 89,4 | -2,5 |
| 15. | Chr. Hansen Gruppen | 58,4 | 59,7 | -1,3 | 15,8 | 16,5 | -0,8 |
| 16. | AstraZeneca Danmark | 57,6 | 55,9 | 1,7 | 21,3 | 21,9 | -0,6 |
| 17. | NNE | 57,4 | 58,7 | -1,3 | 10,1 | 10,6 | -0,5 |
| 18. | Ferring Pharmaceuticals | 57,3 | 58,2 | -0,8 | 17,9 | 18,4 | -0,5 |
| 19. | LEGO | 56,9 | 63,2 | -6,3 | 90,4 | 92,0 | -1,6 |
| 20. | McKinsey&Company | 56,3 | 58,3 | -2,0 | 24,1 | 23,7 | 0,3 |
| 21. | Rambøll | 56,2 | 62,5 | -6,2 | 56,4 | 56,8 | -0,4 |

WorkRep scoren viser hvor godt omdømmet er, mens kendskabsscoren viser hvor kendt virksomheden er. Som det fremgår, kan virksomheder have lavt kendskab blandt studerende men høj omdømmescore og omvendt. Synlighed er ikke ens betydende med et godt omdømme.

Virksomhedernes omdømme som arbejdsplads

-blandt alle studerende på videregående uddannelser i 2008

| Ranking 2008 | Virksomhed 22- 42 | WorkRep score 2008 | WorkRep score 2007 | Gap 2007-2008 | Kendskabs-score 2008 | Kendskabs-score 2007 | Gap 2007-2008 |
|--------------|------------------------|--------------------|--------------------|---------------|----------------------|----------------------|---------------|
| 22. | Radiometer | 55,4 | 55,2 | 0,2 | 22,2 | 21,1 | 1,0 |
| 23. | Coloplast | 55,4 | 48,7 | 6,6 | 50,3 | 53,4 | -3,0 |
| 24. | PricewaterhouseCoopers | 55,3 | 53,2 | 2,1 | 46,1 | 45,7 | 0,4 |
| 25. | Teknologisk Institut | 55,1 | 56,4 | -1,3 | 49,6 | 51,9 | -2,3 |
| 26. | Pfizer Danmark | 55,1 | 56,3 | -1,2 | 36,7 | 37,1 | -0,3 |
| 27. | IBM Danmark | 54,6 | 54,5 | 0,0 | 72,5 | 73,8 | -1,4 |
| 28. | FLSmidth | 53,6 | 50,8 | 2,8 | 36,7 | 38,5 | -1,9 |
| 29. | A.P. Møller - Mærsk | 52,9 | 55,2 | -2,3 | 84,2 | 88,3 | -4,1 |
| 30. | Microsoft | 52,4 | 50,5 | 2,0 | 89,7 | 90,7 | -1,0 |
| 31. | NOKIA | 52,3 | 52,5 | -0,2 | 87,2 | 90,3 | -3,1 |
| 32. | DaimlerChrysler | 51,4 | 48,5 | 2,8 | 43,0 | 47,8 | -4,8 |
| 33. | Danisco | 50,7 | 42,6 | 8,1 | 72,6 | 77,1 | -4,5 |
| 34. | Danmarks Nationalbank | 50,2 | 54,8 | -4,5 | 72,3 | 73,5 | -1,2 |
| 35. | KPMG | 49,8 | 47,2 | 2,7 | 25,9 | 24,5 | 1,4 |
| 36. | Procter & Gamble | 49,8 | 48,4 | 1,5 | 23,7 | 26,5 | -2,8 |
| 37. | Danfoss | 49,5 | 53,5 | -4,0 | 75,2 | 76,4 | -1,2 |
| 38. | GN Store Nord | 49,5 | 49,3 | 0,1 | 37,8 | 35,9 | 1,9 |
| 39. | Egmont | 49,1 | 56,6 | -7,4 | 65,2 | 65,7 | -0,5 |
| 40. | Siemens | 48,7 | 48,7 | 0,1 | 77,9 | 80,6 | -2,7 |
| 41. | Deloitte | 48,6 | 49,3 | -0,7 | 51,6 | 52,4 | -0,8 |
| 42. | Grundfos | 48,5 | 47,0 | 1,6 | 69,2 | 72,0 | -2,8 |

WorkRep scoren viser hvor godt omdømmet er, mens kendskabsscoren viser hvor kendt virksomheden er. Som det fremgår, kan virksomheder have lavt kendskab blandt studerende men høj omdømmescore og omvendt. Synlighed er ikke ens betydende med et godt omdømme.

Virksomhedernes omdømme som arbejdsplads

-blandt alle studerende på videregående uddannelser i 2008

| Ranking 2008 | Virksomhed 43- 65 | WorkRep score 2008 | WorkRep score 2007 | Gap 2007-2008 | Kendskabs-score 2008 | Kendskabs-score 2007 | Gap 2007-2008 |
|--------------|------------------------------------|--------------------|--------------------|---------------|----------------------|----------------------|---------------|
| 43. | Ernst & Young | 48,4 | 54,4 | -6,0 | 45,7 | 45,1 | 0,7 |
| 44. | Eli Lilly Danmark | 48,4 | 49,3 | -1,0 | 10,9 | 12,3 | -1,4 |
| 45. | Carlsberg | 48,2 | 53,3 | -5,1 | 91,5 | 92,2 | -0,7 |
| 46. | DONG Energy | 47,4 | 45,9 | 1,4 | 79,7 | 79,0 | 0,6 |
| 47. | Accenture | 47,3 | 43,1 | 4,3 | 25,9 | 28,2 | -2,3 |
| 48. | SEB | 45,3 | 37,1 | 8,2 | 22,1 | 20,9 | 1,2 |
| 49. | Canon Denmark | 44,6 | 46,6 | -1,9 | 59,0 | 58,7 | 0,3 |
| 50. | Danske Bank-koncernen | 44,3 | 41,9 | 2,4 | 73,6 | 77,9 | -4,3 |
| 51. | NCC | 44,2 | 46,8 | -2,6 | 56,4 | 63,6 | -7,2 |
| 52. | VELUX | 43,9 | 43,5 | 0,4 | 62,9 | 58,2 | 4,6 |
| 53. | L'Oréal | 43,8 | 42,7 | 1,1 | 81,3 | 82,8 | -1,5 |
| 54. | SAS (Scandinavian Airlines System) | 43,7 | 48,2 | -4,6 | 87,2 | 87,1 | 0,1 |
| 55. | MTHøjgaard | 43,0 | 43,8 | -0,8 | 46,3 | 46,3 | 0,0 |
| 56. | SAS Institute | 42,4 | 45,8 | -3,4 | 41,3 | 39,7 | 1,6 |
| 57. | BDO ScanRevision | 42,2 | 43,5 | -1,2 | 12,9 | 12,4 | 0,6 |
| 58. | DSV | 42,2 | 37,1 | 5,1 | 19,5 | 16,5 | 3,0 |
| 59. | Hewlett-Packard | 41,8 | 49,2 | -7,4 | 68,7 | 68,9 | -0,2 |
| 60. | CSC | 41,6 | 41,8 | -0,2 | 47,1 | 48,8 | -1,7 |
| 61. | KMD | 41,0 | 45,5 | -4,5 | 38,3 | 36,2 | 2,0 |
| 62. | Jyske Bank | 40,4 | 45,6 | -5,2 | 80,1 | 83,8 | -3,7 |
| 63. | Logica (tidligere WM Data) | 40,0 | 45,3 | -5,3 | 17,7 | 22,3 | -4,6 |
| 64. | Motorola | 40,0 | 43,9 | -3,9 | 76,5 | 78,5 | -2,0 |
| 65. | Ecco | 39,9 | 43,9 | -4,0 | 79,3 | 81,7 | -2,4 |

WorkRep scoren viser hvor godt omdømmet er, mens kendskabsscoren viser hvor kendt virksomheden er. Som det fremgår, kan virksomheder have lavt kendskab blandt studerende men høj omdømmescore og omvendt. Synlighed er ikke ens betydende med et godt omdømme.

Virksomhedernes omdømme som arbejdsplads

-blandt alle studerende på videregående uddannelser i 2008

| Ranking 2008 | Virksomhed 65- 89 | WorkRep score 2008 | WorkRep score 2007 | Gap 2007-2008 | Kendskabs-score 2008 | Kendskabs-score 2007 | Gap 2007-2008 |
|--------------|---------------------------------|--------------------|--------------------|---------------|----------------------|----------------------|---------------|
| 66. | Sydbank | 39,7 | 39,5 | 0,2 | 66,7 | 66,9 | -0,3 |
| 67. | Nordea | 39,6 | 35,7 | 3,9 | 85,9 | 89,5 | -3,7 |
| 68. | Rockwool | 38,8 | 44,6 | -5,8 | 65,5 | 68,1 | -2,6 |
| 69. | PFA Pension | 38,5 | 39,7 | -1,3 | 66,1 | 70,3 | -4,2 |
| 70. | TDC | 37,6 | 40,0 | -2,3 | 89,3 | 90,9 | -1,6 |
| 71. | Sonofon | 36,3 | 37,1 | -0,9 | 84,7 | 86,9 | -2,2 |
| 72. | Nykredit | 36,3 | 44,3 | -8,0 | 78,1 | 80,1 | -2,0 |
| 73. | Cheminova | 36,1 | 32,4 | 3,7 | 48,2 | 54,4 | -6,3 |
| 74. | Nestlé | 35,3 | 43,8 | -8,5 | 79,4 | 82,5 | -3,1 |
| 75. | Forsvaret | 34,8 | 35,5 | -0,8 | 79,1 | 80,4 | -1,4 |
| 76. | IKEA | 33,1 | 36,5 | -3,3 | 91,5 | 93,6 | -2,1 |
| 77. | Arla Foods | 32,7 | 31,9 | 0,7 | 89,5 | 92,0 | -2,5 |
| 78. | Topdanmark | 31,8 | 32,1 | -0,3 | 76,6 | 78,7 | -2,1 |
| 79. | PBS - Payment Business Services | 31,8 | 33,6 | -1,8 | 63,5 | 70,2 | -6,7 |
| 80. | DSB | 31,2 | 24,9 | 6,3 | 91,6 | 93,9 | -2,3 |
| 81. | COOP Danmark | 30,4 | 34,3 | -3,9 | 87,3 | 86,8 | 0,5 |
| 82. | Dansk Supermarked | 30,4 | 25,1 | 5,3 | 84,0 | 84,7 | -0,7 |
| 83. | Telia | 29,7 | 32,6 | -2,9 | 84,9 | 85,7 | -0,8 |
| 84. | Forstædernes Bank | 25,8 | 38,6 | -12,8 | 43,1 | 46,8 | -3,6 |
| 85. | Shell | 24,9 | 27,9 | -3,0 | 84,3 | 87,0 | -2,7 |
| 86. | Post Danmark | 24,4 | 34,8 | -10,4 | 90,8 | 92,8 | -2,0 |
| 87. | Tele2 | 21,4 | 27,8 | -6,4 | 70,3 | 77,2 | -6,9 |
| 88. | ISS | 21,0 | 23,9 | -2,9 | 66,6 | 70,3 | -3,7 |
| 89. | Skandinavisk Tobakskompagni | 17,9 | 22,5 | -4,7 | 56,2 | 54,9 | 1,3 |

WorkRep scoren viser hvor godt omdømmet er, mens kendskabsscoren viser hvor kendt virksomheden er. Som det fremgår, kan virksomheder have lavt kendskab blandt studerende men høj omdømmescore og omvendt. Synlighed er ikke ens betydende med et godt omdømme.



Top 10 og Bund 5 virksomhederne
på de fire WorkRep dimensioner



WorkRep resultater 2008

- Top 10 virksomheder
- Bund 5 virksomheder

Dimensionsvindere 2008

Præstation & Ledelse

| | | |
|-----|----------------------------|-------------|
| 1. | Novozymes | 80,3 |
| 2. | Novo Nordisk | 80,0 |
| 3. | Bang & Olufsen | 77,1 |
| 4. | Oticon | 75,7 |
| 5. | Microsoft | 75,5 |
| 6. | Vestas | 75,1 |
| 7. | Terma | 73,1 |
| 8. | Coloplast | 72,9 |
| 9. | A.P. Møller - Mærsk | 72,9 |
| 10. | Haldor Topsøe | 72,6 |

Faglig Udvikling

| | | |
|-----|------------------------------------|-------------|
| 1. | Novo Nordisk | 79,0 |
| 2. | Novozymes | 78,4 |
| 3. | A.P. Møller - Mærsk | 77,5 |
| 4. | The Boston Consulting Group | 77,3 |
| 5. | Microsoft | 75,8 |
| 6. | McKinsey&Company | 75,6 |
| 7. | H. Lundbeck | 74,9 |
| 8. | NNE | 74,5 |
| 9. | NNIT | 74,0 |
| 10. | Vestas | 73,9 |

Produkter & Etik

| | | |
|-----|-------------------------------|-------------|
| 1. | Vestas | 78,5 |
| 2. | Statens Serum Institut | 78,2 |
| 3. | Novozymes | 74,0 |
| 4. | Teknologisk Institut | 73,3 |
| 5. | Oticon | 71,4 |
| 6. | Bang & Olufsen | 71,0 |
| 7. | Novo Nordisk | 71,0 |
| 8. | Coloplast | 70,3 |
| 9. | NNE | 70,1 |
| 10. | Haldor Topsøe | 69,4 |

Arbejdsforhold

| | | |
|-----|----------------------|-------------|
| 1. | Novozymes | 70,8 |
| 2. | Novo Nordisk | 70,5 |
| 3. | NNIT | 70,4 |
| 4. | NNE | 70,0 |
| 5. | Oticon | 66,5 |
| 6. | Vestas | 66,0 |
| 7. | Coloplast | 65,2 |
| 8. | Haldor Topsøe | 65,0 |
| 9. | LEGO | 64,4 |
| 10. | Terma | 64,3 |

Bund 5 virksomheder på de fire WorkRep dimensioner

Præstation & Ledelse

| | | |
|-----|--------------|------|
| 85. | ISS | 41,3 |
| 86. | DSB | 38,0 |
| 87. | Tele2 | 36,9 |
| 88. | Forsvaret | 36,3 |
| 89. | Post Danmark | 34,4 |

Produkter & Etik

| | | |
|-----|-----------------------------|------|
| 85. | Telia | 37,9 |
| 86. | Post Danmark | 36,1 |
| 87. | Shell | 35,7 |
| 88. | Tele2 | 30,3 |
| 89. | Skandinavisk Tobakskompagni | 18,9 |

Faglig Udvikling

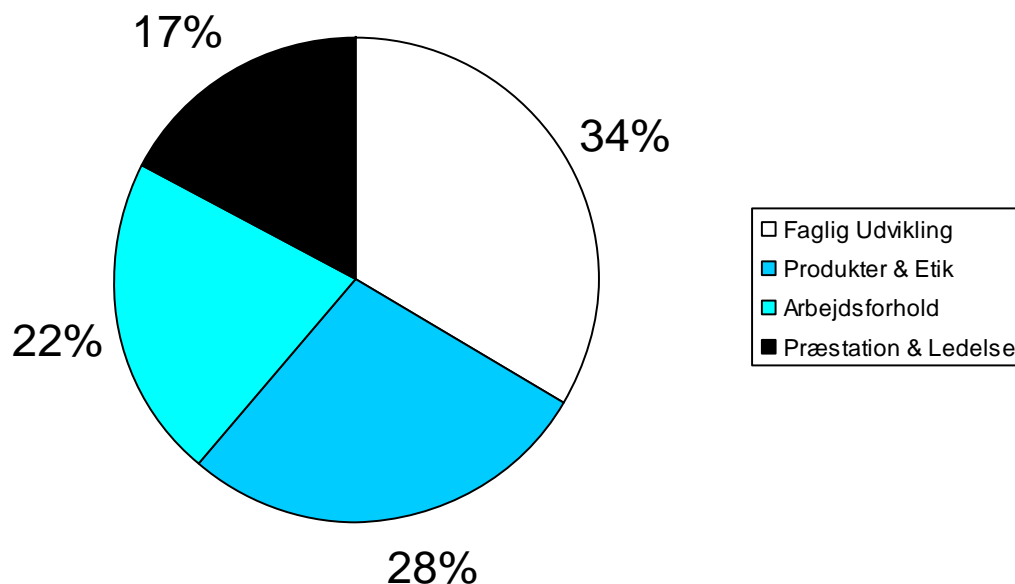
| | | |
|-----|--------------|----|
| 85. | DSB | 43 |
| 86. | COOP Danmark | 41 |
| 87. | Tele2 | 39 |
| 88. | ISS | 33 |
| 89. | Post Danmark | 33 |

Arbejdsforhold

| | | |
|-----|--------------|------|
| 85. | Telia | 45,3 |
| 86. | ISS | 43,6 |
| 87. | Post Danmark | 43,5 |
| 88. | Tele2 | 42,6 |
| 89. | Forsvaret | 41,7 |

Hvad driver omdømmet som arbejdsplads blandt studerende?

Alle studerende



- Figuren viser, hvilke WorkRep dimensioner der driver omdømmet som arbejdsplads generelt blandt studerende på videregående uddannelser.
- Faglig Udvikling er således den største driver for at være en attraktiv arbejdsplads efterfulgt af Produkter & Etik. Herefter kommer Arbejdsforhold og Præstation & Ledelse.
- Vigtigheden i dimensionerne har været stabil de sidste 4 år, hvilket vidner om at studerende holder fast i deres præferencer.