

Bankerne taber image hos unge

Danske Bank scorer lavt hos de unge – og generelt er banker blevet mindre kompetente og mere arrogante, lyder dommen i undersøgelse om unges syn på bankerne

Banker

AF PERNILLE FORMSGAARD

Bankerne har mistet stjerner på kontoen hos de unge, der vurderer, at de danske pengeinstitutter over en bred kam er blevet dårligere selskab. Det viser en ny undersøgelse fra analysebureauet Zaperas. Her er godt 1000 unge mellem 15 og 30 år blevet bedt om at give bankerne karakter på parametre som »ordentlig«, »kompetent« og »troværdig«, og trenden er klar: På næsten samtlige positive værdier er bankerne gået tilbage i forhold til sidste år, mens bankerne får flere point på negativt klingende værdier som »utilgængelig« og »uengageret«. Ifølge engagement mana-

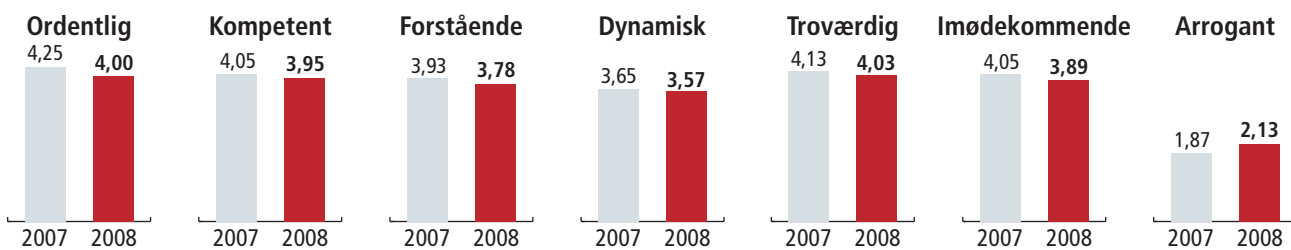
ger Kristian Andersen – der er en slags kundeplejeekspert – ved Reputation Institute og har særligt godt indblik i bankernes omdømme, skal man ikke tage fejl af finanskrisisens indflydelse på de dårlige karakterer.

»Jeg tror ikke, man skal undervurdere, hvor meget de unge følger med under finanskrisen. Vores undersøgelser har tidligere vist, at de unge følger mere med i erhvervslivet, end vi havde regnet med,« siger Kristian Andersen og tilføjer, at der dog er stor forskel på, hvor meget indblik en 16-årig og en 29-årig har.

Han vurderer dog, at finanskrisen har sat gang i en lavine, så de unge ikke kun vurderer bankerne lavere på værdier, der relaterer sig til deres del i finansskri-

Unge giver bankerne strafpoint

5-punkt skala, hvor 1 = »passer slet ikke« og 5 = »passer meget godt«



Danske Bank klarer sig værst

5-punkt skala, hvor 1 = »passer slet ikke« og 5 = »passer meget godt«

	Ordentlig	Gammeldags	Uengageret	Moderne	Troværdig
Danske Bank	3,93	2,65	2,42	3,64	3,87
Jyske Bank	4,06	1,99	1,92	4,18	4,13
Nordea	3,96	2,55	2,24	3,70	3,91
Anden bank	4,17	2,44	1,82	3,65	4,21

sen, mens over hele rækken. »Finanskrisen har sat spørgsmålstegn ved hele sektoren. En sektor hvor der traditionelt har været styr på tingene, og som normalt opfattes som professionel og veldrevet,« siger Kristian Andersen.

Drøje hug til bank

Danske Bank får de drøjest hug hos de unge forbrugere og scorer dårligst på 15 ud af 16 parametre. Kristian Andersen er ikke overrasket over, at Danske Bank score ligger nederst på listen.

»Danske Bank er et af de pengeinstitutter, der har været mest fremme under finanskrisen, hvor deres grundpiller som professionalisme og sikkerhed er blevet rystet. For første gange

længe er der jo også ligefrem nogen, der har sat spørgsmålstegn ved, om Danske Bank kan overleve, og det svækker tilliden,« siger Kristian Andersen.

Billig rente til unge

Hos Danske Bank udpeger direktør Henrik Normann også finanskrisen som den store syndebug, men han så gerne, at banken fik en højere score.

»Det er selvfølgelig ikke tilfredsstillende, men hvis du ser på vores markedsandel er den overnormal i forhold til unge mennesker. Vi har også gjort en hel del for den gruppe bl.a. med studielån til en billig rente,« siger Henrik Normann.

Ifølge Zaperas undersøgelse er Danske Bank i lig-

hed med andre år den bank de unge relaterer mest med at være umoderne og gammeldags.

»Vi filosoferer over, om vores image som gammeldags er bekymrende, men vores egne undersøgelser viser, at gammeldags ikke nødvendigvis er negativt i en bank-sammenhæng. Hvor nogle tror, at unge gerne vil ekspederes af unge, så lægger de mere vægt på konservatisme. En bank må godt være lidt kedelig,« siger Henrik Normann.

Ifølge Kristian Andersen skal bankerne ganske enkelt have gang i kommunikationsapparatet, hvis de skal gøre sig forhåbninger om at score flere point hos de unge.

»I øjeblikket florerer der mange rygter, og der er meget usikkerhed om, hvordan

bankerne klarer sig. Så givet at bankerne er solide og har styr på tingene, så skal de bruge krudt på at fortælle det til omverdenen,« siger Kristian Andersen.

Illoyale unge

Han tilføjer, at det generelt kræver en langt højere indsats for bankerne at fastholde deres unge kunder, da de er langt mere illoyale end de ældre generationer.

»Hvor de ældre generationer typisk har samme bank i 30 år og groft sagt er blinde for konkurrenternes alternativer, er de unge meget bedre til at sammenligne forskellige banker og skifte, hvis de finder et bedre tilbud,« siger Kristian Andersen.

pernille.formsgaard@borsen.dk

Calling for tenders!

Airport advertising

Copenhagen Airports A/S (CPH) has decided to tender the contracts covering the indoor and outdoor advertising concession at Copenhagen and Roskilde airports. New contracts will begin 1 January 2010.

In 2007, the advertising concession delivered a total turnover of DKK 37.8m (5m Euros).

Copenhagen is the largest airport in Scandinavia with a total of 21.4m passengers in 2007. CPH has experienced an average annual passenger growth of 2.4 % from 2000 to 2008, which has further improved business opportunities for CPH partners. By heavily investing in airport infrastructure, CPH seeks to continue this development in the future.

By calling for tenders CPH wishes to test the market value for advertising and give room for future development of the concession in terms of positioning CPH as an exclusive, high end advertising product.

Companies interested in participating in the tender will be able to download an "Expression of Interest – pre-qualification document" explaining the process in detail on www.cph.dk/CPH/UK/B2B/Tender. Expressions of interest must be submitted to CPH no later than 3 February 2009.

Copenhagen Airports CPH

Fair Forsikring klar til at opruste i Danmark

Forsikring

AF URSULA RECHNAGEL

Fair Forsikring-koncernen ruster sig til at gå til angreb på konkurrenterne i Danmark. Forsikringsselskabet, der omfatter Fair Forsikring og Kommuneforsikring, har netop gennemført en større organisationsændring, hvor målet ifølge adm. direktør Henrik Klitmøller Rasmussen er »at tage markedsandele og rykke vækstmæssigt med en aggressiv strategi«.

Fair Forsikring blev i 2005 overtaget af den norske forsikringsgigant Gjensidige, som dernæst købte Kommuneforsikring i januar 2007.

I dag sidder Kommuneforsikring på næsten to tredjedele af det kommunale forsikringsmarked i Danmark og er i de seneste par år også vokset kraftigt på erhvervsmarkedet, mens privatkundeforretningen ifølge direktøren mere eller mindre har stået i stampe.

»Efter fusionen er vi gået

fra at konsolidere os og nedbringe omkostningerne til nu at vende os mere ud mod markedet. Ikke mindst på erhvervsområdet oplever vi kraftig vækst og har fordoblet forretningen i Danmark siden 2007,« fortæller Henrik Klitmøller Rasmussen.

Endnu er Fair en mindre spiller på erhvervsmarkedet med årlige præmieindtægter på op mod 400 mio. kr. Fremover vil selskabet især satse på mindre og mellemstore virksomheder og går dermed direkte i kødet på de store forsikringskoncerner som Tryg, Topdanmark og Codan, oplyser direktøren.

»Dele af erhvervsmarkedet har oplevet meget store prisfald over et stykke tid. Nu ser vi stigninger i genforsikringsmarkedet. Så vi har en forventning om, at der sker en opbremsning i prisfaldene,« siger Henrik Klitmøller Rasmussen.

Selskabet, der omsatte for 1,5 mia. kr. på det danske marked i 2007, er som alle andre påvirket af finanskrisen, men forsikringsdriften

er begyndt at give overskud. Direktøren forventer, at den såkaldte *combined ratio* – erstatninger og omkostninger i forhold til præmieindtægterne – vil lande under 100 for det forgangne regnskabsår.

»Vi er tilfredse med det tekniske forløb, men det er klart, at vores investeringer er påvirket af finanskrisen,« siger han.

På privatområdet mærker Fair som flere af konkurrenterne, at bilsalget er gået i stå, hvilket går ud over salget af bilforsikringer. Men selskabet sætter sin lid til såkaldte partneraftaler med FDB og bilforhandleren Kia om salg af nye forsikringer.

I forbindelse med organisationsændringen har Fair etableret tre nye, adskilte divisioner inden for henholdsvis forsikringer til private, erhverv og det offentlige. I den forbindelse er der udnævnt en stribe nye divisionsdirektører i koncernen, der har 250 medarbejdere i Danmark.

ursula.rechnagel@borsen.d