

Danske Bank hårdt presset på omdømmet

Danske Bank har et elendigt image i den danske befolkning trods store investeringer i et bedre omdømme, viser ny imagemåling. I toppen af omdømmeindekset har Novo Nordisk svært ved at holde skansen, mens Velux og Rockwool er nye stjerner

■ Omdømme

AF SUSANNETHOLSTRUP

Pengene fosser fortsat ud af Danske Banks imagekonto. En målrettet indsats for at stoppe bankens faldende omdømme i befolkningen er slået fejl. Det dokumenterer en ny undersøgelse, der offentliggøres på en konference på Copenhagen Business School i dag.

Danske Banks omdømme begyndte at krakelere for et par år siden, da ordførende

direktør Peter Straarup på Ekstra Bladets forside blev udråbt som gebyrgrib. Siden har banken investeret i spindoktorer, pressemedarbejdere og programmer for social ansvarlighed og god corporate governance. Og det har ikke skortet på udmeldinger om, at banken vil det blakkede image til livs.

Lige lidt har det hjulpet, viser undersøgelsen fra konsulenthuset Reputation Institute, der måler store virksomheders omdømme i en række lande efter en inter-

nationalt anerkendt metode. Dansk partner i konsulenthuset er professor ved CBS Majken Schultz, der i øvrigt er medlem af Danske Banks bestyrelse.

Undersøgelsen falder sammen med tal, der dokumenterer faldende markedsandele for Danske Bank herhjemme – som omtalt i sidste uge i Børsen – og nedlukningen af BG Bank, der ifølge eksperter appellerede stærkt til de bankkunder, der ikke bryder sig om Danske Bank.

Bundplacering

Ud af 32 udvalgte store og kendte virksomheder med hovedsæde i Danmark havner Danske Bank på plads nr. 27 på listen over virksomheder med det bedste omdømme og placerer sig dermed i bunden af ranglisten sammen med DSB, ISS, TDC og Arla Foods. Sidste år endte banken på plads nr. 19 ud af 31 udvalgte virksomheder, og det fandt banken uacceptabelt. Bankens score er kun lidt under niveauet fra sidste år, men undersøgelsen rokker ikke ved det faktum, at bankens image er

lavt såvel i dansk erhvervsliv generelt som inden for branchen. Den langt mindre Jyske Bank kommer til sammenligning ind på plads nr. 18, Nykredit på plads nr. 12.

»Danske Bank har markeret sig med mange tiltag det forløbne år, køb af finske banker og lukninger af danske filialer, men spørgsmålet er, om der omdømmemæssigt har været sammenhæng i tingene,« siger adm. direktør for Reputation Institute i Danmark Martin Nyrop.

Anderledes står det til for Lego, der efter flere års økonomisk turbulens drøner ind på ranglistens førsteplads og slår A.P.Møller-Mærsk, der sjældent ser sig detroniseret på den vis.

De store danske flagskibe som Danfoss, Grundfos, Vestas, Novo Nordisk, FLSmidth og Carlsberg, ligger alle som vanligt lunt i top-10. Rockwool er den store højdespringer, der for første gang optræder på listen, men på en fornem tredjeplads. Rockwool har ikke tidligere været nomineret til at deltage i undersøgelsen, men den gode placering kan ifølge Martin Nyrop forklares med, at isoleringsmateriale er blevet synonymt med Rockwool på samme måde, som et papirlømmetørklæde er blevet identisk med en kleenex, altså et stærkt varemærke. Desuden er brandet ifølge professor Majken Schultz godt støttet af Rockwool Fonden, der profilerer sig stærkt på social ansvar-



Mærsk Mc-Kinney Møller – Danmarks mest beundrede leder. Foto: Polfoto

Mest beundrede topledere

Reputation Institute har for første gang bedt danskerne sætte navn på de tre virksomhedsledere, de beundrer mest:

Mærsk Mc-Kinney Møller, A.P. Møller-Mærsk Group, er den mest beundrede le-

der, efterfulgt af Lars Larsen, Jysk, og Asger Aamund, formand for Bavarian Nordic.

De er alle kendetegnet ved at være store entreprenører, men ifølge Martin Nyrop, Reputation Institute er det

tankevækkende, at Mc-Kinney Møller stadig har en så markant position i den almene danskers bevidsthed, på trods af at Jess Søderberg har stået i spidsen for Danmarks største virksomhed i en årrække. santh



Lars Larsen – kommer ind på en andenplads. Foto: Polfoto



Asger Aamund – også stærkt beundret af danskerne. Foto: Polfoto

Novo taber terræn

Medicinalflagskibet Novo Nordisk taber terræn, når det gælder det gode omdømme. Selv om koncerntjen har beholdt sin score fra sidste år, er den overhalet af andre virksomheder og reduceret fra plads nr. syv til plads nr. fem. i undersøgelsen fra Reputation Institute. I kategorien social ansvarlighed er Novo imod alle forventninger ikke at finde i top-fem. Til gengæld topper Novo, når det gælder kategori-

en bedste arbejdsplads, og scorer også point nok til en andenplads i økonomiske præstationer.

»Novo Nordisk tilhører stadig superligaen i godt omdømme, men det tyder på, at jo højere man kommer op på ranglisten, jo højere forventningspres stilles man over for,« siger Martin Nyrop, Reputation Institute.

Novos topchef Lars Rebien Sørensens tabte også terræn i Børsens

hitliste over de mest populære topledere og virksomheder offentliggjort i marts. I den forbindelse erkendte han, at han har valgt en linje som mindre synlig topleder.

Mulig forklaring

Kommunikationschef hos Novo Nordisk Mike Rulis siger til Børsen, at en mulig forklaring på tilbagegangen er, at Novo ikke har været ude med de store armbevægelser i medierne de sidste kvartaler, hvorfor virksomheden måske af den grund ikke ligger på nethin-

den hos gennemsnitsdanskere.

»Vi har bevidst valgt, at Lars Rebien Sørensens først og fremmest skal bruge sin tid i medierne i udlandet, da 90 pct. af vores forretning ligger her. Det betyder mindre synlighed i Danmark,« siger Mike Rulis.

Siden undersøgelsen er foretaget, har Novo profileret sig som foregangsvirksomhed inden for miljøet ved at gå i strategisk samarbejde med Dong om reduktion af CO₂-udledning. Og Novo Fonden har netop givet sin største donation til forskning nogensinde. santh

De største og mest synlige virksomheders omdømme i Danmark Rangliste, 2007

Placering	Virksomhed
1.	Lego
2.	A.P. Møller-Mærsk
3.	Rockwool
4.	Danfoss
5.	Vestas
6.	Grundfos
7.	Novo Nordisk
8.	Velux
9.	FLSmidth
10.	Carlsberg
11.	Lundbeck
12.	Nykredit
13.	Danisco
14.	Danske Spil
15.	BRFKredit
16.	Coop Danmark
17.	MT Højgaard
18.	Jyske Bank
19.	Dansk Supermarked
20.	DONG Energy
21.	Trygvesta
22.	Egmont
23.	Danish Crown
24.	PFA Pension
25.	Post Danmark
26.	Topdanmark
27.	Danske Bank
28.	Skandinavisk Tobakskompagni
29.	Arla Foods
30.	TDC
31.	ISS
32.	DSB

Kilde: Reputation Institute

Bag om hitlisten

- Reputation Institute måler en række landes store og kendte virksomheders omdømme med det formål at få ny viden om, hvordan virksomhederne kan skabe værdi ved at arbejde med deres omdømme.
- I Danmark deltager 32 virksomheder i år i analysen. De er udvalgt ud fra deres størrelse og kendthed i befolkningen.
- Nogle virksomheder har deltaget i undersøgelsen tidligere år, men er ikke at finde i 2007-målingen – det gælder eksempelvis B&O.
- Et repræsentativt udsnit af den danske befolkning, 3000 i alt, har vurderet virksomhederne inden for syv dimensioner: Produkter/services, innovation, arbejdsplads, virksomhedsetik, ansvarlighed, ledelse og præstation.

Se endvidere: www.reputationinstitute.com

BørsenFakta

lighed, kortlægning af sort arbejde etc.

Legos triumf

Lego har tidligere vundet førstepladsen, men har efter de senere års katastrofale økonomiske præstationer været henvist til lavere placeringer. Når virksomheden igen indtager toppen, tilskriver professor Majken Schultz det topchef Jørgen Vig Knudstors vellykkede turnaround. Virksomheden tjener igen penge, og tilli-

den til det unikke produkt er genvundet.

Lego scorer højest på parameteren produkt og service, men ligger også midt i top-fem, når det gælder social ansvarlighed, som ifølge Majken Schultz får større og større betydning for virksomhedens omdømme. I denne kategori top-per Vestas efterfulgt af Danfoss, men også Rockwool og Grundfos er med i top-fem.

susanne.tholstrup@borsen.dk

Danske Bank føler sig brændemærket

■ Omdømme

AF URSULA RECHNAGEL

Danske Bank er ikke overrasket over sin placering nær bunden i Reputation Institutes undersøgelse af de største danske virksomheders omdømme, men banken føler sig generelt stigmatiseret af befolkningen efter debatten om dankort og gebyrer.

»Vi ved udmærket godt, at vi har enagemæssig udfordring, som er betragtelig, og som det kommer til at tage mange år at lave om på,« siger pressechef Jonas Torp, Danske Bank. Han understreger, at banken ikke har set selve undersøgelsen og heller ikke finder det relevant at sammenligne Danske Bank med virksomheder som A.P. Møller-Mærsk, Rockwool og Lego, som ifølge pressechefen ikke har samme direkte og daglige kontakt til kunderne som en bank.

»En bank – og især landets største bank – vil altid være den store mod den lille mand. Det er den verden, vi lever i, og banker har historisk altid været i skudlinien. Det, der interesserer os, er, hvordan vi ligger i forhold til andre finansielle virksomheder,« siger Jonas Torp.



I undersøgelsen ligger Danske Bank imidlertid også nederst i sammenligning med de finansielle »klasse-kammerater« – Nykredit, BRF Kredit, TrygVesta og Jyske Bank. Sidstnævnte har haft succes med at markedsføre sig som en anderledes bank med sine nye café-filialer, men Danske Bank har ingen planer om at kopiere konkurrentens koncept. I stedet arbejdes der indædt på at ændre befolkningens opfattelse af Danske Bank som gebyrgrib. Banken har derfor hældt en halv mia. kr. i forskellige prisfrem-

stød, og flere tiltag vil følge efter, oplyser pressechefen.

»Det tager ikke ret lang tid at smadre et image. Til gengæld tager det lang tid at bygge det op. Specielt når man er blevet stigmatiseret – forstået på den måde at man næsten er blevet synonym med gebyrer. Det er et kæmpeproblem, især når man føler sig misforstået,« siger Jonas Torp.

ursula.rechnagel@borsen.dk

Vorsprung durch Technik www.audi.dk

Får du nok D-vitamin?

Den nye Audi TT Roadster

Audi TT Roadster forvandler enhver køretur til en rejse for alle sanser. Med åben himmel og køreegenskaber, der lyster dit mindste vink, mærker du bilen på hele din krop. Vælg mellem en magtfuld 3.2 V6 med quattro eller en reaktions-villig 2.0 TFSI. Begge modeller leveres med ekstra D-vitamin. Ring og få en tid hos din Audi-forhandler. Find nærmeste forhandler på audi.dk