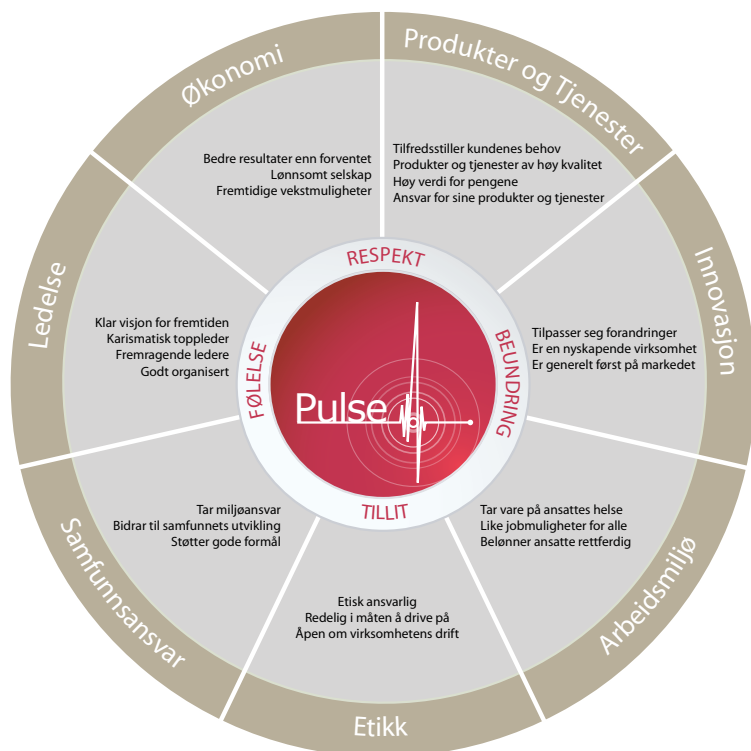


RepTrak Norge 2009

- fakta og hovedfunn fra omdømmeanalysen RepTrak Norge 2009

REPTRAK NORGE - FOR SJETTE GANG

- RepTrak er et forskningsbasert verktøy for å analysere virksomheters omdømme
- Årets RepTrak-analyse er den sjette som gjennomføres i Norge. Den er en del av Reputation Institute årlige omdømmemåling Global RepTrak 2009, der over 1000 virksomheter i 32 land er med
- Studien gjennomføres av Apeland Informasjon og Reputation Institute, i samarbeid med førsteamanuensis Peggy S. Brønn ved Handelshøyskolen BI
- Omdømmet til Norges 50 mest synlige selskaper er analysert. Disse selskapene ble nominert av et representativt utvalg nordmenn i september 2008
- Mer enn 21 000 vurderinger fra 9 442 nordmenn ligger til grunn for resultatene
- Datainnsamlingen ble gjort mellom 1. januar og 28. februar 2009, via 15 minutters online intervjuer
- Respondentene er tilfeldig valgt ut til å vurdere opp til to virksomheter som de kjenner godt eller litt. Minimum 300 respondenter har gitt vurderinger av hvert selskap i undersøkelsen



RepTrak™ -modellen 7 dimensjoner og 23 attributter

RepTrak™ - modellen

Reputation Institutes analyseverktøy for omdømme er strukturert rundt fire kjerneelementer, syv omdømmedimensjoner og 23 omdømmeattributter. Sammenlagt forklarer disse elementene en virksomhets omdømme.

RepTrak Pulse

I kjernen viser RepTrak™ Pulse omdømmet på en skala fra 0 til 100, basert på respondentens:

- Respekt for virksomheten
- Beundring av virksomheten
- Tillit til virksomheten
- Følelse for virksomheten

Scoren på disse spørsmålene samles i en RepTrak Pulse score. Denne beskriver virksomhetens overordnede omdømme.

Dimensjoner og attributter

De 23 omdømmeattributtene er inndelt i syv dimensjoner. De enkelte attributtene har ulik betydning for folk, og vektas derfor forskjellig.

Omdømmedrivere og nøkkelattributter

Ved å koble sammen folks svar på de 23 attributtspørsmålene med svar om støttende atferd, er det mulig å si noe om hvilke attributter som er viktigst for virksomheten å forbedre.

Det lages også årlige analyser som viser hvilke dimensjoner som betyr mest for overordnet omdømme i Norge sett under ett.

APELAND

Norsk representant for
**REPUTATION
INSTITUTE**



OVERORDNEDE RESULTATER

- Alle RepTrak-analyser innledes med en overordnet omdømmescore (RepTrak™ Pulse), som er brutt ned i underliggende dimensjoner og attributter
- RepTrak™ Pulse er en indeks som måler virksomheters omdømme på en skala fra 0 til 100. RepTrak™ Pulse blir regnet ut på grunnlag av vurderinger av fire variabler som måler respondentens følelse, respekt, beundring og tillit til virksomheten
- Det er virksomhetenes RepTrak™ Pulse som ligger til grunn for resultatene nedenfor

RepTrak Norge 2009	RepTrak Pulse Score 2009	RepTrak Pulse Score 2008	2009 - 2008 Differanse
IKEA	81,5	80,8	0,7
Flytoget	81,5	.	.
Toyota	81,1	84,4	-3,3
Komplett	80,9	.	.
Synnøve Finden	79,3	78,9	0,4
Coop	79,0	80,4	-1,4
TINE	78,6	76,4	2,1
Norwegian	78,1	82,9	-4,8
Skandiabanken	77,8	82,7	-4,9
Meny	77,8	74,5	3,3
Aker	76,1	74,0	2,1
Tv2	75,3	.	.
Hydro	75,2	74,6	0,6
Olav Thon Gruppen	74,9	.	.
Choice	74,5	.	.
Gilde	74,2	68,0	6,3
NRK	73,0	.	.
Microsoft	72,8	71,9	1,0
Gjensidige	71,9	.	.
StatoilHydro	71,8	70,5	1,3
Rema 1000	70,7	74,2	-3,5
Kiwi	70,6	74,1	-3,4
Shell	70,0	.	.
SpareBank 1	69,7	63,1	6,6
Esso	69,5	69,9	-0,4
Expert	67,7	.	.
Orkla	67,5	.	.
Posten	66,9	63,4	3,5
Coca-Cola	66,8	63,5	3,3
SAS Norge	65,9	61,1	4,8
ICA	65,6	.	.
Storebrand	64,2	.	.
Telenor	64,0	61,6	2,4
Elkjøp	63,8	66,9	-3,0
Hafslund	63,8	61,4	2,4
Chess	63,3	66,8	-3,5
Nordea	63,1	65,9	-2,8
NetCom	62,9	64,4	-1,6
If	61,6	.	.
Tele2	57,8	57,7	0,1
Jysk	57,8	59,3	-1,5
NSB	57,7	62,1	-4,4
Get	57,4	.	.
RIMI	57,4	60,8	-3,5
DnB NOR	56,2	61,9	-5,7
Oslo sporveier/Ruter	55,3	.	.
NextGenTel	54,6	51,8	2,8
McDonald's	52,3	52,1	0,2
Acta	39,9	.	.
Terra	35,1	.	.

Forklaring:



Over 80
Fremragende omdømme



70-79
Godt omdømme



60-69
Middels godt omdømme



40-59
Svakt omdømme



Under 40
Dårlig omdømme



Signifikant frem



Signifikant tilbake



Ikke målt i 2008



IKEA OG FLYTOGET MED BEST OMDØMME I NORGE 2009

- De fleste selskapene i studien er målt tidligere, men noen måles for første gang
- Flytoget er blant nykommerne og debuterer med en RepTrak Pulse score på 81,5 poeng. Flytoget topper dermed listen for 2009 sammen med IKEA Norge. Flytoget er kjent for å ha svært fornøyde kunder, og kom best ut av alle i Norsk Kundebarometer 2008
- IKEA Norge får også en score på 81,5 og er tilbake på toppen av listen etter et lite fall i 2008. IKEA hadde best omdømme også i 2005, 2006 og 2007
- Toyota Norge har i år som i fjor et fremragende omdømme med en score på 81,1 poeng
- Netthandelen Komplet er også helt i toppsjiktet med 80,9 poeng. Det er første gang en ren nettbutikk måles i RepTrak Norge, og resultatene for Komplet tyder på at de har lykkes godt med det de driver med

OMDØMMETAPERE I FINANSBRANSJEN - FALL FOR DNB NOR

- Ni virksomheter innen bank, finans og forsikring er med i RepTrak Norge 2009
- Skandiabanken får best score med 77,8, men går noe tilbake fra 2008
- SpareBank1 får en score på 69,7, og er den eneste banken som går frem fra 2008. Nordea får en omdømmescore på 63,1, noe som tilsvarer "Middels godt omdømme"
- DnB NOR faller med 5,7 poeng fra 61,9 i 2008 til 56,2 i 2009, og har nå "Svakt omdømme". Bråket rundt DnB NOR høsten 08 og vinteren 09 må ta skylden for dette
- Blant forsikringselskapene kommer Gjensidige (71,9) vesentlig bedre ut enn If (61,6), mens Storebrand havner mellom disse, med sine 64,2 poeng
- Acta og Terra kommer svært dårlig ut med hhv 39,9 og 35,1 poeng, og er de eneste virksomhetene i kategorien "Dårlig omdømme"

COOP FORTSATT PÅ TOPP INNEN DAGLIGVARE - RIMI SVAKEST

- Coop får en score på 79 poeng, og har dermed det beste omdømmet blant dagligvarekjedene i Norge
- Meny er den eneste i bransjen med fremgang fra 2008 til 2009, alle andre går tilbake
- ICA og Rimi er de eneste som kommer svakere ut enn "Godt omdømme". ICA havner i kategorien "Middels godt omdømme", mens Rimi går ned fra "Middels" til "Svakt"



ENDRINGER INNEN TELEKOM – TELENOR BEST FOR FØRSTE GANG

- Både i 2007 og 2008 hadde Chess best omdømme blant telekom-aktørene, med NetCom på plassen bak. Telenor var svakest av teleselskapene i 2007, men gikk forbi Tele2 i 2008
- I år er Telenor best i bransjen, deretter følger Chess, NetCom og Tele2. Alle de fire teleselskapene er i kategorien "Middels godt omdømme"

APELAND INFORMASJON OG REPUTATION INSTITUTE

- Apeland Informasjon (www.apeland.no) er et av Norges største og mest tradisjonsrike rådgivningsselskaper innen kommunikasjon, og er spesialister på omdømmeutvikling
- Apeland Informasjon tilbyr rådgivning, analyser, skreddersydde undersøkelser, workshops og foredrag om strategisk arbeid med virksomheters omdømme
- Apeland Informasjon gjennomfører alle typer kommunikasjonstiltak, ofte i form av helhetlige kampanjer med internkommunikasjon, redaksjonell omtale og reklame
- Apeland Informasjon og Reputation Institute har samarbeidet siden 2003
- Reputation Institute (www.reputationinstitute.com) er et privat forsknings- og rådgivningsinstitutt med kontorer i 8 land og representanter i 17 land
- Formålet er å fremme kunnskap om virksomheters omdømme og hvordan virksomheter kan arbeide målrettet med sitt omdømme
- Reputation Institute arrangerer årlige internasjonale konferanser og utgir hvert kvartal tidsskriftet Corporate Reputation Review
- Reputation Institute står bak større omdømmeprojekter for noen av verdens ledende virksomheter

For mer informasjon, kontakt:

Apeland Informasjon AS

Nils M. Apeland / Jannicke Rød / Richard Riekeles

Skjolden 1, 1363 Høvik

Tel: 67 56 67 56

E-post: nils@apeland.no / jannicke@apeland.no / richard@apeland.no

www.apeland.no

APELAND

Norsk representant for

**REPUTATION
INSTITUTE**

