

# Jumbo en Lidl zijn opeens sexy

## ■ Wat bepaalt de reputatie en aantrekkelijkheid van een bedrijf?

**Dorien Pels**

AMSTERDAM – Wat voor de financiële crisis nog ondenkbaar was, kan nu wel: Jumbo en Lidl doen helemaal mee. Zij staan in de top-100 van bedrijven met de grootste aantrekkingskracht. Hetzelfde geldt voor Kruidvat, Mediamarkt en Blokker. Hoe concreter, hoe beter, blijkt uit het imago-onderzoek van zakenblad *Incompany*.

Voor het zesde jaar vroeg *Incompany* 3000 hoger opgeleide professionals welke bedrijven zij het meest betrouwbaar achten. René Gerhardus, hoofdredacteur van *Incompany*: „Bedrijven die concrete producten maken, winnen aan populariteit. Wat vroeger saai was, is nu sexy.”

Automatiseringsbedrijven als Logica en Dell, die minder grijpbare producten leveren, zakken. Alleen Capgemini doet het nog goed. Ook enkele banken en financiële instellingen zijn uit de top-100 verdwenen, waaronder Van Lanschot. „Er is een hang naar zekerheid, alles wat met risico te maken heeft, verliest. De niet-beursgenoteerde banken als Triodos en Rabobank winnen juist wel. Was in de jaren negentig het aan de beurs genoteerd zijn een voorwaarde om om aantrekkelijk te zijn, nu is dat juist een minpunt.”

*Incompany* maakt twee lijsten: van bedrijven met volgens de respondenten de beste reputatie en van die met de grootste aantrekkingskracht. De beste reputatie heeft Triodos Bank, gevolgd door Ikea. Het aantrekkelijkst is Rabobank, gevolgd door Shell. In de top-5 blijft het stuivertje wisselen. In 2008 stond Shell op 1, ING op 2 en Rabobank op 3. ING staat dit jaar op 4. De respondenten noemen bij aantrekkelijkheid bedrijven waar ze zelf zouden willen werken en zelf in zouden investeren.

Het *back to basic*-gevoel bestaat nu naast de duurzaamheidstrend die *Incompany* al enige jaren terugziet. Ook BP doet zijn intrede in de top-100, net als Tui-reisorganisatie. „Die twee passen in de trend van terug naar de basis. Toch is ook duurzaamheid als factor niet weg. Energiebedrijf Greenchoice komt bijvoorbeeld uit het niets op de vierde plek van bedrijven met de beste reputatie.”

