

Masteroppgave i Økonomi og administrasjon ved Universitetet i Stavanger

Risikostyring

Idar Slettebø



PROBLEMSTILLING

Hvilken betydning har bedriftens omdømme for den omtalen de får i media?



Universitetet
i Stavanger

DET SAMFUNNSVITENSKAPELIGE FAKULTET,
INSTITUTT FOR ØKONOMI OG LEDELSE

MASTEROPPGAVE

STUDIEPROGRAM:

Master i Økonomi og Administrasjon

OPPGAVEN ER SKREVET INNEN FØLGENDE
SPESIALISERINGSRETNING:

Risikostyring

ER OPPGAVEN KONFIDENSIELL?

TITTEL:

Omdømmerisiko og media – Betydningen av en bedrifts omdømme for medieomtale.

ENGELSK TITTEL:

Reputational Risk and Media – The importance of corporate reputation for media coverage

FORFATTER(E)

Studentnummer:

208225

.....

.....

Navn:

Idar Slettebø

.....

.....

VEILEDER:

David Häger, UiS

OPPGAVEN ER MOTTATT I TO – 2 – INNBUNDNE EKSEMPLARER

Stavanger,/..... 2011

Underskrift administrasjon:.....

Forord

Å skrive en masteroppgave er, som forventet, ingen enkel oppgave. Alt man har lært om skippertak-metoden gjennom fem år med studier må nå glemmes og det må staves ut en kurs som fører til det endelige målet, en komplett oppgave seks måneder frem i tid. Resultatet av dette er at tre krøllete Post-it lapper har utviklet seg til et dokument på nesten 19 000 ord.

På reisen mot målet har utallige timer blitt brukt til lesing, skriving, retting, sletting, omskriving og søke etter kilder. Veileder David Häger har vært en utmerket guide på denne reisen og ikke minst har jevnlig veiledningstimer blåst vind i seilene og bidratt til å skape fremdrift gjennom prosessen.

Som ekstra bagasje på reisen mot det endelige målet, en fullført mastergrad, har jeg hatt med meg en 80-100% jobb. Det rettes derfor en stor takk til både gode kolleger og gode venner som har støttet meg gjennom en travel vår. Til slutt må gode studievenner takkes for gode faglige innspill og sosiale diskusjoner gjennom en flott studietid.

Stavanger, 1.juni 2011

Idar Slettebø

Sammendrag

Omdømme har de siste årene fått mer og mer oppmerksomhet. Håndtering av omdømmerisiko er allikevel fortsatt et risikoområde som ikke blir tilstrekkelig omtalt i ledende rammeverk. Gjennom en kvantitativ og kvalitativ innholdsanalyse av mediedekningen av SpareBank1 SR-Bank, Finanshuset Acta, BP og Statoil, studerer denne oppgaven med utgangspunkt i omdømmemålingen RepTrak™ Pulse sammenhenger mellom tonen i mediedekningen og omdømmet til bedriftene.

Det synes å være en konsensus i eksisterende litteraturen at arbeid gjort av Charles Fombrun og Cees van Riel ved Reputation Institute er ledende innen fagområdet. Diskusjonen dreier seg derfor også om betraktninger rundt hvordan bedriftene opptrer i forhold til de fem suksesskriteriene *synlighet, særegenhet, autentisitet, gjennomsiktighet og konsistent*. Dette gjøres for å se på mulige faktorer som kan forklare endret omdømme gjennom 2010. Synlighet er det mest nærliggende å gå dypt inn på når oppgaven bygger på en medieanalyse, dette omfatter både synligheten i media og bedriftens rolle som aktiv deltager i samfunnet.

Analysen av mediedekningen viser at det er en viss positiv sammenheng om at bedrifter som har et godt omdømme lettere får positiv mediedekning og i så måte også tar mindre skade av negative hendelser når de oppstår. Alvorligheten av den negative hendelsen vil imidlertid være avgjørende for at denne sammenhengen skal eksistere. Dersom hendelsen er alvorlig nok vil den kunne føre til at bedriften mister tillitt blant interessentene og omdømmet svekker seg betraktelig over kort tid, dette viser igjen i mediedekningen.

Et tydelig funn i oppgaven er at bedrifter som over tid gjør det bra på omdømmemålingen har to tydelige fellestrekk; De har begge en aktiv overvåkning og kontroll av omdømmet og de har en bevist strategi om CSR engasjement. CSR engasjement synes å få en tett og ofte positiv mediedekning. Hvor vidt arbeidet gjøres som en strategisk beslutning eller av filantropiske grunner synes ikke å ha noe betydning, så lenge engasjementet er konsistent og langsiktig.

Etterlevelse med suksesskriteriene til Fombrun og van Riel virke å være viktig for å utvikle og opprettholde et godt omdømme. Det er mulig å peke på klare brudd med suksesskriteriene gjennom året for de bedriftene som opplever at omdømmet blir svekket. Dette er med på å synliggjøre at disse kriteriene er relevante og i så måte noe bedrifter bør ha et bevist forhold til.

Oppgaven viser at omdømme har betydning for mediedekningen og vice versa. Fordelene ved å ha et godt omdømme er blant annet at man tiltrekker seg dyktige ansatte, fremstår som attraktiv for investorer og samarbeidspartnere og står sterkere rustet til å håndtere kortere perioder med negativ omtale. For å oppnå et godt omdømme bør det innarbeides gode rutiner for arbeid med omdømme i bedrifter og dette utgjør grunnlag for videre arbeid.

Innholdsfortegnelse

Forord.....	I
Sammendrag	II
Figurliste.....	V
Tabelliste	V
1 Innledning.....	1
1.1 Bakgrunn.....	1
1.2 Formål og Problemstilling.....	2
1.3 Målsetninger.....	3
1.4 Avgrensninger.....	3
1.5 Oppgavens struktur	5
2 Teoretisk grunnlag	5
2.1 Omdømmerisiko definert	6
2.2 Hvorfor omdømme er viktig	9
2.2.1 Hva tenker næringslivet om omdømmerisiko?.....	13
2.3 Omdømme vs. merkevarebygging.....	14
2.4 Suksesskriterier.....	15
2.4.1 Synlighet.....	18
2.4.2 Særegenhet	19
2.4.3 Autentisitet.....	20
2.4.4 Gjennomsiktighet	20
2.4.5 Konsistent.....	21
2.5 COSO – Rammeverk for helhetlig risikostyring.....	22
2.6 CSR – Plikt eller frivillighet?	28
3 Omdømme som utgangspunkt	31
4 Medieanalyse.....	34
4.1 Sparebank1 SR-Bank.....	36
4.2 Finanshuset Acta.....	41
4.3 BP.....	46
4.4 Statoil.....	50
5 Diskusjon	55
5.1 Medieomtale mot omdømme	56
5.2 Suksesskriterier for omdømme	63
5.3 Bedriftenes rolle i samfunnet	67
6 Hvordan gikk det med bedriftene?	69
7 Konklusjon	71
7.1 Videre arbeid	73
Litteraturliste.....	75
Vedleggliste	85

Figurliste

Figur 2.1 – Stakeholder tilnærmingen (TNS-Gallup, 2009).....	10
Figur 2.2 – RepTrak™ Pulse (Apeland Informasjon, 2009).....	16
Figur 2.3 – Suksesskriterier for omdømme (Fombrun & van Riel, 2004)	17
Figur 2.4 - The drivers of visibility (Fombrun & van Riel, 2004).....	18
Figur 2.5 – A process for creating consistency... (Fombrun & van Riel, 2004, s. 219) 21	
Figur 2.6 – COSO (2004)	23
Figur 2.7 – The reputation risk management process (Regan, 2008).....	26
Figur 2.8 – A Framework for Managing Reputational Risk (Eccles et.al., 2007)	27
Figur 4.1 – SR-Bank område (SpareBank1 SR-Bank, 2011b)	36
Figur 4.2 – Mediefordeling SpareBank1 SR-Bank	37
Figur 4.3 – Type og tone i omtale SpareBank1 SR-Bank	38
Figur 4.4 – Mediedekning SpareBank1 SR-Bank, mengde.....	39
Figur 4.5 – Vinkling i media, SpareBank1 SR-Bank	39
Figur 4.6 – Type og tone i omtale Finanshuset Acta.....	43
Figur 4.7 – Innsidesaken, Finanshuset Acta.....	43
Figur 4.8 – Mediedekning Finanshuset Acta, mengde.....	44
Figur 4.9 – Vinkling i media, Finanshuset Acta	45
Figur 4.10 – Mexicogolfen, andel	46
Figur 4.11 – Type og tone i omtale BP	47
Figur 4.12 – Mexicogolfen, mengde	48
Figur 4.13 – Mediedekning BP, mengde.....	48
Figur 4.14 – Vinkling i media, BP	49
Figur 4.15 – Type og tone i omtalen, Statoil.....	52
Figur 4.16 – Mediedekning Statoil, mengde.....	53
Figur 4.17 – Vinkling i media, Statoil	54
Figur 5.1 – Sammenligning, variasjon i omtalen.....	56
Figur 5.2 – Fordelt omtale i Stavanger Aftenblad	58
Figur 5.3 – Total omtale fire bedrifter, fordelt på avis	59
Figur 5.4 – Prosentvis tone i mediedekning	60
Figur 5.5 – Prosentvis tone i mediedekning, filtrert	61
Figur 5.6 – BP før og etter Mexico	62
Figur 5.7 – Total omtale, fordeling mellom bedrifter	63
Figur 5.8 – Positiv mot negativ omtale	64
Figur 7.1 – Håndtering og styring av Omdømmerisiko (egenutviklet).....	74

Tabelliste

Tabell 3-1 – RepTrak™ Pulse 2010, samlet.....	32
Tabell 3-2 – RepTrak™ Pulse Norge 2010, nedre del	33
Tabell 6-1 – RepTrak™ Pulse 2011.....	70

1 Innledning

1.1 Bakgrunn

I de senere år har man sett et økende fokus på organisasjoners omdømme. Omdømmerisiko har utviklet seg til å bli et prioritert fokusområde og er pekt på som en av hovedtrendene for moderne organisasjoner (Rørvik, 2007). Internasjonalt har man via store bedrifter som BP, Toyota og Goldman Sachs sett eksempler på hvordan mediedekning kan bidra til å svekke det som i utgangspunktet er et godt omdømme (Tannen, 2010). Grafen på forsiden av oppgaven er hentet fra New York Times i august 2010 (Schoenfeld & Gates, 2010) og gir et godt bilde på dette. Den viser hvordan omdømme til BP falt dramatisk da nyheter om oljeutslippene i Mexicogolfen ble kjent i media. Den kjente investoren Warren Buffet var tidlig ute og påpekte hvor viktige det er å ta vare på omdømmet:

“It takes 20 years to build a reputation and five minutes to ruin it. If you think about that you’ll do things differently” (Curtis, 2010)

Etter store kriser som Enron, WorldCom og Société Générale har man fått strengere lovgivningen og et økende fokus på håndtering av risiko. Omdømmerisiko er likevel et område hvor det fortsatt ikke er klare linjer for hva som bør gjøres (Louisot & Rayner, 2009). Negative hendelser som får oppmerksomhet i media er nærmest uunngåelige for store bedrifter (Belva, 2005), omdømmet påvirkes derfor gjerne av hvordan disse håndteres når de oppstår, ikke om de oppstår.

Omdømmerisiko henger tett sammen med all annen type risiko bedrifter er eksponert mot og særlig den operasjonelle risikoen. Uønskede operasjonelle hendelser er ofte den bakenforliggende årsaken som fører til negativ oppmerksomhet og mulig svekket omdømme. Perry og De Fontnouvelle (2005) beviser denne sammenhengen

i sitt arbeid. Dette arbeidet viser også at hendelser som stammer fra interne misligheter har største effekt på bedrifters omdømme.

De siste årene har man sett flere saker hvor media i Norge har hatt en svært tett dekning av aktiviteten i ulike bedrifter. I denne oppgaven er det valgt å se nærmere på hvordan SpareBank1 SR-Bank, Finanshuset Acta, Statoil og BP omtales i media og hvilken rolle omdømmet har for den omtalen de får. Felles for de valgte bedriftene er at de er lokalisert med hovedkontor i Stavanger¹ og at de er tydelig synlige både i media og næringslivet. Bedriftene kommer fra bransjene bank og finans og olje, gass og energi, dette gjør at det vil være mulig å se på omdømmet og mediedekningen innad i en bransje, men også mellom de to bransjene.

1.2 Formål og Problemstilling

Oppgaven skal, med utgangspunkt i eksisterende teori om omdømme og omdømmerisiko, gjennom analyse av mediedekningen til utvalgte bedrifter i 2010, studere sammenhenger mellom bedriftenes omdømme og den behandlingen de får i media. Oppgaven bygger på en hypotese om at det eksisterer en positiv sammenheng og det er ventet at de bedriftene som har et bra omdømme vil bli fremstilt mer positivt i media. Reputation Institute/Apeland Informasjons årlige RepTrak™ Pulse målingen av bedrifters omdømme benyttes som referansepunkt for omdømme i vurderingen. Norsk kundebarometer, en annen kjent måling, er ikke videre omtalt. Denne måler tilfredshet og lojalitet blant Norske forbrukere. Dette kan utgjøre en del av omdømmet, men er ikke en omdømmemåling og er derfor ikke tatt med i denne oppgaven.

Med utgangspunkt i bedriftenes omdømme fra RepTrak™ Pulse målinger forsøker oppgaven å avdekke om bedriftenes omdømme i utgangspunktet spiller noen rolle

¹ For BP sin del, som eneste utenlandske bedrift, begrenser det seg til hovedkontor for virksomheten i Norge.

for den behandlingen de får i media². Dette arbeidet skal rundet ut i et svar på følgende problemstilling:

Hvilken betydning har bedriftens omdømme for den omtalen de får i media?

1.3 Målsetninger

Ved å svare på problemstilling skal følgende konkrete punkter belyses gjennom oppgaven:

- Kartlegge eksisterende teori og gi en presis definisjon på omdømmerisiko.
- Case-analysere av hvordan utvalgte bedrifter blir fremstilt i og av media.
- Evaluere den offentlig tilgjengelig informasjon om utvalgte bedrifters håndtering av sitt omdømme, hva gjøres ulike og hvordan slår dette ut?
- Peke på fellestrekk for bedrifter som fremstår som omdømmevinnere.

1.4 Avgrensninger

Det er valgt å gjennomføre en kvantitativ og kvalitativ innholdsanalyse (Allern, s.a.) av mediedekningen de utvalgte bedriften fikk i kalenderåret 2010. En videre redegjørelse for metoden og de vurderinger som er gjort i innholdsanalysen gjøres innledningsvis i del fire av oppgaven.

Ved oppstart av denne oppgaven ble det vurdert å analysere et større antall bedrifter, men da omfanget av medieomtalen til enkelte av disse bedriftene ble klart var det nødvendig å sette en grense ved fire bedrifter. Valget av bedrifter er gjort med den hensikt å få et variert bilde, men samtidig et bilde som lar seg sammenligne. De valgte bedriftene, SpareBank1 SR-Bank, Finanshuset Acta, BP og

² Med media menes norske nasjonale og regionale trykte aviser, komplett oversikt under del 2.5

Statoil har alle vært tydelige aktører i nyhetsbildet. Finanshuset Acta og BP har som innholdsanalysen vil vise vært involvert i tydelige negative hendelser som har satt tydelig preg på medieoppmerksomheten de fikk i 2010.

For at omfanget av innholdsanalysen skal være overkommelig er det nødvendig å sette noe begrensninger i tidshorisont og mediekkanaler som analyseres. Oppgaven baserer seg på omdømmemålingen RepTrak™ Pulse som referansepunkt for bedriftenes omdømme. Disse målingen gjennomføres årlig i januar og februar. Dette gjør at målingen for 2010 er basert på hvordan respondentene oppfatter bedriftene *etter* 2009, på samme måte er tall fra 2011 målingen oppfatning etter 2010. For å bruke disse målingene til å si noe om hvordan bedriftenes omdømme utvikler seg er det derfor valgt å se på hele kalenderåret 2010. Det er valgt å bruk 2010 for at både innholdsanalysen og informasjon direkte fra bedriftene skal være så dagsaktuell som mulig.

I innholdsanalysen er det valgt å bruke søkeverktøyet fra Retriever³ og basere seg på den informasjonen som er tilgjengelig der. Rene treff om bedriftene i nettaviser er valgt bort som kilde. Dette er gjort basert på erfaringer om at nettaviser gjerne jobber etter prinsippet om at det viktigste er å være først, det nest viktigste er å underholde (Evensmo, 2008). Oppslag publisert i denne kanalen blir derfor gjerne publisere først, for senere å bli endret. Oppslag publisert i trykte medier er statiske, det gjør at alle som leser en artikkel blir presentert med det samme sanseintrykket av artikkelen. Søkeverktøyet fra Retriever gjør det i de fleste tilfeller mulig å se avisidene slik det ble publisert i avisen. Dette gjør at det er lettere å få et inntrykk av om saken er positiv, negativ eller nøytral i den kvalitative delen av analysen. I Retriever kan man søke i alt fra fagblader, via pressemeldinger til lokalaviser. Et helt ukritisk søk på hvor mange ganger Statoil ble nevnt i Retrievers kategori "Norsk papir" gir over 9 000 treff, over 1000 av disse kommer fra nyhetsbyrået NTB. Alt

³ Nordens ledende leverandør av medieovervåkning, www.retriever.no, krever tilgang for søk i data.

dette er ikke like relevant. Det er valgt å begrense søket til oppslag i de største avisene, det vil si rikspresse og regionaviser. Utvalget er da begrenset til å omfatte VG, Dagbladet, Aftenposten, Dagens Næringsliv, Klassekamp, Dagsavisen, Nationen og Vårt Land, i tillegg til regionsavisene Adresseavisen, Bergens Tidende, Fædrelandsvennen, Nordlys og Stavanger Aftenblad. Dette vil gi et fullverdig bilde av medieomtalen fra alle kanter av landet.

1.5 Oppgavens struktur

Først, i kapittel to, går oppgaven inn på eksisterende teori, med det formål å klarlegge en velfungerende definisjon av omdømme og definere grunnlaget for den videre diskusjonen i oppgaven. Kapittelet inneholder avslutningsvis en redegjørelse for COSO-rammeverket og noen betraktninger om hva som er, eller kan være, bedriftens rolle i samfunnet. I kapittel tre presenteres RepTrak™ Pulse 2010 målingen som utgjør utgangspunktet for omdømme i det videre arbeidet i oppgaven.

I kapittel fire går oppgaven inn på mediedekningen bedriftene får i 2010. Funnene fra en innholdsanalyse presenteres og kommenteres for hver enkelt bedrift. Dette brukes videre til undersøke og kommentere sammenhenger mellom omdømme og medieanalysen for alle bedriftene samlet i kapittel fem.

Avslutningsvis presenteres tall fra RepTrak™ Pulse 2011 som gjør det mulig å si noe om hvor vidt bedriftene har lyktes eller ikke med det arbeidet som er gjort gjennom året. De endelige trådene trekkes i konklusjonen, før det presenteres noen tanker for videre arbeid for håndtering av omdømme.

2 Teoretisk grunnlag

Verden har utviklet seg fra en tid der bedrifter stort sett solgte fysiske produkter, til en tid hvor service- og tjenesteytende næring utgjør en stadig større del av

økonomien (Statistisk Sentralbyrå, 2009). Denne utviklingen gjør at valget om man ønsker å kjøpe en tjeneste i mye større grad enn tidligere er avhengig av den oppfatningen og tillitten man har til tilbyder (Csiszar & Heidrich, 2006). Denne trenden har tidligere leder av den amerikanske sentralbanken, Alan Greenspan også pekt på ifølge Fombrun og Foss (2001):

“In today’s world, where ideas are increasingly displacing the physical in the production of economic value, competition for reputation becomes a significant driving force propelling our economy forward. Manufactured goods often can be evaluated before the completion of a transaction. Service providers, on the other hand, usually can offer only their reputations.”

Utviklingen er del av en større globalisering. Verden har blitt ”mindre”, flere aktører konkurrerer om de samme kundene, markedene har modnet og import av billige varer fra Asia har økt (Statistik sentralbyrå, 2010). Denne økte konkurransen har skapt rom for mer service- og tjenestenæring, men har også vært med på å øke fokuset på en effektiv og nærmest feilfri produksjon.

Et viktig element som har kommet ut av denne utviklingen er økt fokus på både helhetlig risikostyring og hva som er bedriftenes rolle i samfunnet. Videre i dette kapitlet ses det litt på hva omdømme egentlig er og hvordan dette kan håndteres i et helhetlig risikostyringsperspektiv. Hvem interessentene er og hvordan media spiller en sentral rolle i sammenheng med dette. Det ses også på forskjellene mellom merkevarebygging og omdømmebygging, suksesskriterier for å skape et godt omdømme og hvordan bedrifter kan forholde seg til corporate social responsibility.

2.1 Omdømmerisiko definert

Omdømmerisiko kan ses på som bedriftens innfallsvinkel til omdømme og utgjør summen av omdømmerelaterte forhold bedriften er eksponert mot. Det eksisterer lite god teori på hvordan bedrifter bør håndtere omdømme. Mange har forsøkt å

komme med en definisjon på hva omdømmerisiko er, men det synes ikke å eksistere noe bred enighet om en felles definisjon av begrepet (Barnett, Jermier, & Lafferty, 2006).

Ser man først på hvordan ledende rammeverk og reguleringer omtaler omdømmerisiko blir det tydelig at det ikke er noe klarhet i hvordan omdømme skal håndteres. COSO rammeverket er det ledende rammeverket for helhetlig risikostyring, utviklet av the Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (2004). Dette rammeverket adresserer så å si alle typer risiko, men omdømme er nesten helt utelatt og omdømmerisiko er ikke nevnt i rammeverket, en nærmere gjennomgang av dette følger i 2.5. Den samme manglende omtalen og håndteringen finner man i både Solvency II, for forsikringsbransjen (EU, 2009) og i amerikanske Sarbanes-Oxley Act fra 2002 (U.S. Code, 2002). I Basel II, reguleringer for kapitalkrav for internasjonale banker (Bank for International Settlements, 2006) nevnes omdømmerisiko i definisjonen av operasjonell risiko, men da bare i form av at det blir utelatt fra definisjonen:

*“Operational risk is defined as the risk of loss resulting from inadequate or failed internal processes, people and systems or from external events. This definition includes legal risk, but excludes strategic and **reputational risk**”*
(Bank for International Settlements, 2006, s. 144)

Denne manglende håndteringen av omdømmerisiko i rammeverkene kan komme av at omdømme er annerledes enn andre risikofaktorer som omtales. Omdømmerisiko er både vanskelig å tallfeste og vanskelig å måle (Eccles, Newquist, & Schatz, 2007).

Det er likevel gjort en del forsøk på å definere omdømmerisiko. Norske banker har alle adoptert følgende definisjon i sin rapportering i henholdt til Basel II rammeverket:

”Omdømmerisiko er risiko for svikt i inntjening og kapitaltilgang som følge av sviktende tillit og omdømme i markedet”

(SpareBank1 SR-Bank, 2010) (Sandnes Sparebank, 2010)

Denne definisjonen er imidlertid sterkt fokusert på pengeflyten inn i bedriften og omtaler ikke andre områder som kan være av stor betydning. Definisjonen er godt egnet for bruk i banknæringen, hvor dette er en av de desidert viktigste faktoren, men er ikke generell nok til at den kan brukes som en altomfattende definisjon videre i denne oppgaven.

Senter for statlig økonomistyring (Wiig, 2008) benytter følgende definisjon for omdømmerisiko;

”Risiko for at et selskap mister tillit, kunder, nøkkelansatte eller evne til å konkurrere på grunn av oppfatninger om:

- *At selskapet ikke er i stand til å håndtere kunder, leverandører eller øvrige interessenter på en tilfredsstillende måte eller;*
- *At ledelse ikke viser evne til å drive god virksomhetsstyring”*
(gjengitt fra Ernst&Young, 2006)

Denne definisjonene fremstår som mer universelle, omtaler flere aspekter ved omdømmerisiko og er i samsvar med definisjon på omdømme som presenteres i underkapittel 2.2. Definisjonene tar også hensyn til at bedriften risikerer økonomiske konsekvenser av endret omdømme, i form av ”evnen til å konkurrere”. De samme elementene finnes i Walthers definisjon fra 2010 (Boatright, 2011). Definisjonen får klart frem de ulike dimensjonene av omdømmerisiko. Den peker spesifikt på bedriftens drift og tillitten til ledelse og omtaler de viktigste interessenten (jf. Figur 2.1). Denne vil ligge til grunn for det videre arbeidet i denne oppgaven.

2.2 Hvorfor omdømme er viktig

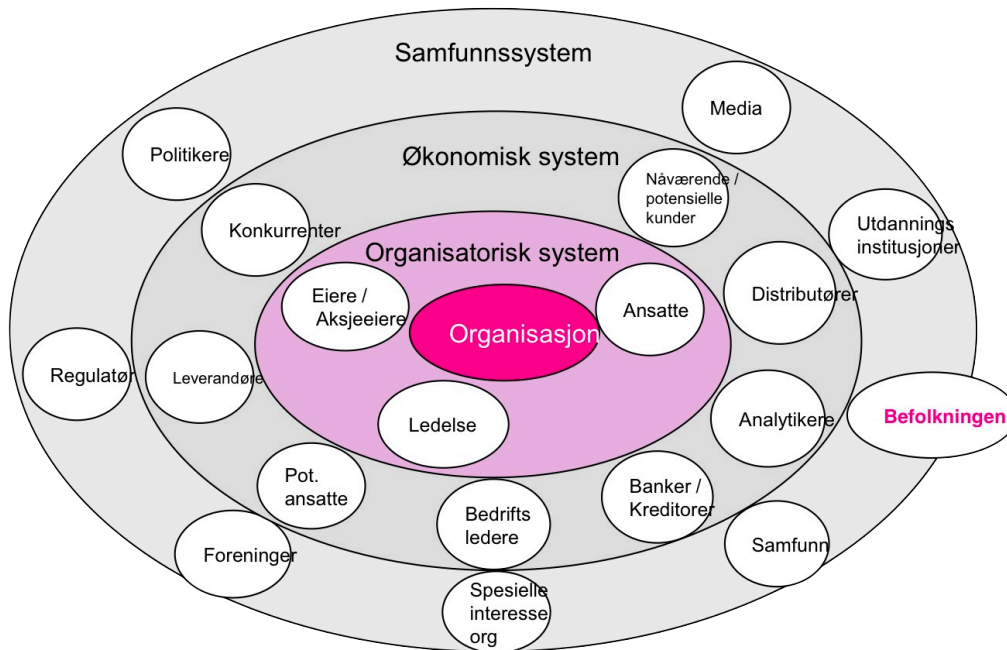
Som påpekt innledningsvis er omdømme viktig, særlig for tjenesteytende bedrifter som SpareBank1 SR-Bank og Finanshuset Acta. Disse lever i bunn og grunn av at kundene har *tillit* til at de levere den tjenesten de sier de skal levere, enten det omhandler en fremtidig utbetaling av forsikringssum, eller om det er en trygg plassering av penger (Schanz, 2006). Som definisjonen av omdømmerisiko tilsier så handler ikke omdømmet bare om at interessenter har tillit til at bedriften evner å levere det den lover. Omdømme handler om den helhetlige oppfatningen interessenter har av bedriften, i så måte er omdømme noe alle bedrifter bør ha et visst forhold til. Videre følger betraktninger om hva omdømme er og hvorfor dette vil være relevant for bedrifter å bruke tid og penger på. Til slutt ses det litt på hvordan næringslivet betrakter omdømme pr. i dag.

Definisjonen av omdømmerisiko definerer indirekte omdømme som oppfatninger og tillit hos kunder og nøkkelansatte. Det finnes flere lignende definisjoner av omdømme. Fombrun og van Riel skriver at *"Reputation [...] involves the assessments that multiple stakeholders make about the company's ability to fulfill their expectations"* (2004, s. 4). Larkin skriver at *"Reputation in a corporate context is based on perceptions of the characteristics performance and behavior of a company"* (2003, s. 1). Omdømme er ikke et konstant fenomen, men et resultat av verdivurderinger som skapes over tid skriver Rørvik (2007). En kort og presis definisjon av omdømme, som denne oppgaven velger å bruke videre og som samsvarer med begrepsbruken i omdømmerisiko finner man hos Schanz (2006):

"[...]a comprehensive set of enduring stakeholder perceptions, opinions and expectations."

Alle definisjonene har en ting til felles; de handler om det oppfattede inntrykket omverden har av bedriften. Komponenter som spiller inn er både den rene finansielle biten, om hvorvidt bedriften er en suksess eller ikke, men det handler i

mist like stor grad om de mykere verdier. Hvordan bedriften behandler de ansatte? Hvilke rolle tar bedriften i lokalsamfunnet hvor den er aktiv, både lokalt og internasjonalt? Hvordan forholder bedriften seg til korrupsjon? Listen kan fortsette i det uendelige, mot slutten av kapittelet ser oppgaven litt på hvilken rolle bedriften kan ha i samfunnet.



Figur 2.1 – Stakeholder tilnærmingen (TNS-Gallup, 2009)

Omdømme er viktig for alle organisasjoner som ønsker å oppnå en viss form for suksess og utgjør summen av de inntrykk og reaksjoner som er skapt som et resultat er interaksjon med omverdenen (TNS-Gallup, 2009). Figur 2.1 plasserer organisasjonen/bedriften i sentrum og viser de ulike interessentene bedriften må forholde seg til på ulike nivåer. Den innerste sirkelen viser de interessenter som har den nærmeste kontakten med bedriften og yters finner man befolkningen og samfunnet som helhet. Det er ingen lett oppgave å ta hensyn til alle disse parter på en og samme tid, men dette er like fullt det landskapet bedrifter må forholde seg til.

Uansett hvilket syn man har på hva som er bedriftens oppgave, så er bedrifter tjent med å ha et godt omdømme. TNS-Gallups omdømmeundersøkelse (2009) kom i mai 2009 med følgende fordeler ved å ha et godt omdømme:

- Bidra til lønnsomhet i markeder med høy konkurranse
- Tiltrekke, motivere og beholde dyktige ansatte⁴
- Holde konkurrenter på avstand
- Være attraktiv for investorer og strategiske forretningspartnere
- Forenkler etableringen på nye markeder
- Definerer virksomhetens verdi (markeds kapitalisering)

Tilsvarende fordeler av godt omdømme finner man både hos Forstmoser og Herger (2006) og Bankel og Hole (2009). Dette er også i tråd med det som er påpekt i Ernst&Youngs definisjon av omdømmerisiko tidligere i oppgaven.

Omdømme er definert som den sammensetningen av inntrykk, forventninger og oppfatninger som interessenter har av bedriften. I en global verden, hvor media i stor grad styrer samfunnsdebatten, er det vanskelig, for ikke å si umulig, for bedrifter ha kontroll på alle disse inntrykkene interessentene eksponeres mot.

Bernhard Cohen kom i boken *"The Press and foreign policy"* med følgende utsagn om medias rolle (gjengitt fra Carroll, 2004):

"The mass media may not be successful much of the time in telling people what to think, but the media are stunningly successful in telling their audience what to think about".

⁴ 9% av norske ansatte som bytter jobb gjør dette pga. den nye bedriftens omdømme. (Stavanger Aftenblad, 2011)

Dette danner grunnlaget for agenda-setting teorien om hvordan media er med på å påvirke samfunnet. Denne sier at massemedia spiller en viktig rolle ved å sette agendaen for hvilke saker som skal få fokus (McCombs, 2002). Det er gjort mye forskning på dette området, særlig i relasjon til amerikanske valg og politikk. Dette arbeidet viser at media i stor grad bidrar til å sette tonen for hvilke temaer som skal være "top of mind", i tillegg viser nyere forskning at det er klare tegn på at media har en viktig rolle som påvirker. Tonen og vinklingen media bruker i saker har en signifikant påvirkning på mottaker (McCombs, 2002). Tilsvarende sammenhenger finner man spesifikt for næringslivsjournalistikken også. Carroll (2004) skriver at media setter agendaen ved å "velge" hvilke bedrifter man bør fokusere på et gitt tidspunkt, tonen i nyhetene som publiseres er med å påvirke mottakere i en gitt retning. Bedriftene kan gjøre lite for å styre tonen i det som blir sagt eller skrevet, men kan til en viss grad være med på å påvirke hvilke temaer som blir omtalt (Carroll, 2004). Eksempel på hvordan en bedrift kan være med på å styre mediedekningen finner man hos Statoil fra 2006, da de fusjonerte med Hydro. Det nye selskapet valgte da å ta et midlertidig navn, noe som gav dem mye oppmerksomhet rundt dette i media. Statoil sjef Helge Lund har i ettertid uttalt at dette var noe av det smarteste de gjorde. Mens media fokuserte på navnet fikk de ro til å jobbe med integrasjonen mellom de to selskapene internt (NTB, 2011).

En undersøkelse utført av Einwiller, Carroll og Korn (2010) viser at ulike interessenter lar seg påvirke av ulikt av medias fremstilling i saker. Det er kun i de tilfellene hvor interessenter er avhengig av media for å få informasjon om en sak media er med på å påvirke interessenter. Dette kan for eksempel bety at ansatt i liten grad lar seg påvirke at hva som sies og skrives om interne arbeidsforhold, da de selv har mulighet til å oppleve dette og gjøre seg opp egne meninger. Kjøper av en bil bryr seg lite om strategiske og finansielle beslutninger for firmaet, men i stor grad om forhold som omhandler selve produktet. Den faglige tyngden og troverdigheten til informasjonen er et viktig element i dette, kjenner man til interne forhold veier dette tyngre enn informasjon man kan lese om i media. Hver ulike gruppe av interessenter har

spesifikke forhold som betyr noe for dem, det er i stor grad dette punktet som er viktig for hvordan de oppfatter bedriften.

Det kan være lett å gå seg vill i denne jungelen av interessenter og kanaler som påvirker. I neste underpunkt skal vi se at ledende ansatte etter hvert har sett viktigheten av omdømmet.

2.2.1 Hva tenker næringslivet om omdømmerisiko?

I teorien som er presentert over synes det tydelig at omdømme bør få oppmerksomhet innad i bedriften. Media spiller en sentral rolle i påvirkningen av interessenter, men hvor mye oppmerksomhet får egentlig dette temaet i styrerommet og den daglige ledelsen av bedrifter?

En undersøkelse fra The Economist Intelligence Unit (2005) blant bedriftsledere⁵ blir omdømme rangert som den mest verdifulle eiendel for bedriften. Omdømmerisiko blir i denne samme undersøkelsen rangert som den risikoen som utgjør den største trusselen mot bedriftens operative virksomhet, det rangeres foran "regulatory risk" (problemer med etterlevelse av eksisterende og ny lovgivning) og "human capital risk" (tap av nøkkelpersonell, sviktende opplæring og lignende). Undersøkelsen bærer nok noe preg av at over halvparten av de som har svart på den var ansatte i tjenesteytende bedrifter, men den gir like fullt en indikasjon på at det omdømme er et tema som har økt prioritert i en risikosammenheng. Undersøkelsen peker på manglende etterlevelse av lover/reguleringer og uetisk opptreden som de potensielt mest kritiske punktene for bedriftens omdømme. En undersøkelse fra The Conference Boards (2010) blant styreledere og administrerende direktører plasseres bedriftens omdømme på en 6.plass over utfordringer de står ovenfor.

⁵ Undersøkelsen ble utført blant 269 ledende ansatte, hvor av 37% er fra bedrifter innen finanssektoren.

Disse undersøkelsene, samme med andre (Ernst&Young, 2010), viser at omdømme er et tema rund styrebordet. Bedriftsledere er bevist på at omdømme utgjør en potensielt stor risiko, selv om eksisterende rammeverk ikke klarer håndtere risikoområdet tilstrekkelig.

2.3 Omdømme vs. merkevarebygging

Merkevarebygging (merkevare) er et begrep som ofte blir forveksles med omdømme. Det finnes lite klare definisjoner som skiller dem fra hverandre og begrepene brukes lite konsekvent i litteraturen. Begge begrepene er relativt nye og det gjøres fremdeles mye forskning på dem. Begrepene henger tett samme, men det er likevel viktig og skille dem litt fra hverandre.

Merkevare er knyttet til kundens gjenkjennelse av et produkt eller en produsent. Under den industrielle revolusjonen ble det vanlig å selge ferdigpakke produkter (mot bulk-salg før denne tid), varene ble da for første gang utstyrt med et varemerke, slik at fornøyde kunder kunne finne igjen samme produkt neste gang. Etter hvert som konkurransen om kundene ble hardere, startet man med markedsføringen av produktene og så verdien av å knyttet emosjoner opp mot varemerkene (Samuelsen & Olsen, 2008) (Low & Fullerton, 1994). Dette var starten på det som i dag kalles merkevarer. Merkevarer er i dag et begrep for de assosiasjoner og forventninger knyttet til et produkt eller en tjeneste som finnes i forbrukerens hode (Hult, 2011). Det overordnede målet med merkevarebygging er å skape en verdi knyttet til merket, en merkevareverdi, denne verdien kan defineres som et flerdimensjonalt konsept, bestående av merkebevissthet, opplevd kvalitet, merkeassosiasjoner og merkeloyalitet (Aaker & Joachimsthaler, 2000). Merkevarebygging kan gjøres på konkrete produkter, som for eksempel God Morgen Yoghurt, eller det kan gjøres for hele produktserien som lages under samme merket, eksempelvis Tine. Målet med merkevarebygging kan i korte trekk ses på som en prosess for å skape positive assosiasjoner knyttet til merket. Formålet er å skape en relasjon mellom kunden og merket, slik at det oppstår et lojalitetsforhold.

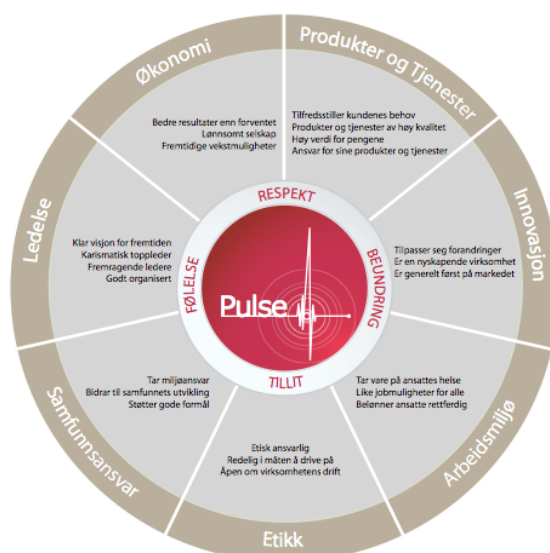
I følge Hult (2011) kan merkevare ses på som et behovsbasert fenomen, mens omdømme er mer verdibasert. Merkevarebygging handler om å få kunden til å bruke ønsket produkt/tjeneste til å dekke sine funksjonelle eller emosjonelle behov. Omdømme handler mer om de verdiene kunden assosierer med bedriften.

Begrepene dekker som man ser litt ulike fenomener, men det er det en viss interaksjon mellom dem. Et dårlig omdømme vil redusere forbrukernes oppfatning og bruk av produktet eller tjenesten og vil dermed svekke merkevaren, et godt omdømme vil ha motsatt effekt (Hult, 2011). Denne sammenhengen gjør det nyttig å se begrepene i en sammenheng, videre i oppgaven vil fokuset være rettet på omdømme og problemstillinger knyttet til dette.

2.4 Suksesskriterier

For å forstå betydningen av omdømme og for å kunne analysere hvordan bedriftene opptrer og fremstilles i media, er det nyttig å kjenne til de driverne som sammen er med på å skape omdømmet. For å gjøre dette benyttes i stor grad arbeid gjort av Fombrun alene (1996) og i samarbeid med van Riel (2004).

Deres arbeid ender opp i boken *"Fame and Fortune: How Successful Companies Build Winning Reputations"* (2004) og resulterer i det de kaller The Reputation Quotient. Denne modellen består av punktene "social responsibility", "emotional appeal", "products and services", "workplace environment", "financial performance" og "vision and leadership". Modellen er utviklet for å kunne måle styrken av omdømmet basert på de nevnte dimensjonene og er forløperen til de kriteriene som nå brukes av Reputation Institute i deres RepTrak™-målinger (Skjennald, 2004). Nærmere informasjon om resultater fra disse målingene presenteres i kapittel 3, men her følger en introduksjon av modellen som brukes.



Figur 2.2 – RepTrak™ Pulse (Apeland Informasjon, 2009)

RepTrak™ Pulse målingen av bedrifters omdømme baserer seg på følgende kriterier:

Produkter og tjenester: Hvorvidt kunden er fornøyd med måten produktet eller tjenesten tilfredsstiller de behov kunden har og den opplevde kvalitet og verdi for pengene kunden får.

Innovasjon: Om bedriften er flink til å tilpasse seg markedet og om den er nyskapende i sin produkt-/tjenesteutvikling.

Arbeidsmiljø: Bedriftens interne arbeidsmiljø og behandling av sine ansatte. Vektlegger rettferdig belønninger og like arbeidsmuligheter.

Etikk: At bedriften opptrer i tråd med det som til en hver tid regnes som etisk ansvarlig og at den er åpen om virksomhetens drift.

Samfunnsansvar: Omhandler den rollen bedriften påtar seg i samfunnet, om de tar miljøansvar og bidrar til å støtte gode formål og samfunnsutvikling.

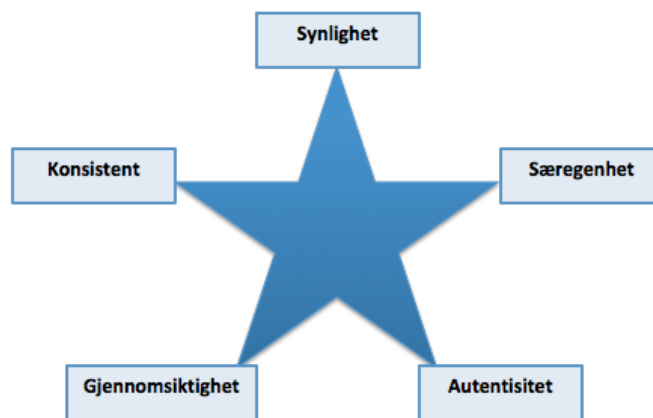
Ledelse: Hvordan bedriftens visjoner for fremtiden oppfattes. Dette punktet omhandler også hvordan toppledelsen i bedriften fremstår og blir oppfattet blant interessentene.

Økonomi: Om bedriften oppnår bedre lønnsomhet enn forventet og at framtidsutsiktene for bedriften er bra påvirke dette punktet.

(Apeland Informasjon, 2009)

Omtrent de samme kriteriene finner man igjen i andre metoder for måling av omdømme, blant annet bruker TNS-Gallup kriterier som ligger tett opp mot dette i sine omdømmemålinger(2009), metoden synes derfor å være en god innfallsvinkel for vurdering av omdømme.

Gjennom arbeidet gjort av Fombrun og van Riel under utviklingen av rammeverket for måling av omdømme ble det også identifisert fem grunnelementer for å lykkes med å skape et bra omdømme (Fombrun & van Riel, 2004). Disse elementene, "*The Roots of fame*", er avdekket på bakgrunn av analyse av bedrifter som scorer bra på omdømmerangeringen i Fombrun og van Riel sitt arbeid. Deres studien viste at det var en signifikant forskjell på bedrifter med bra omdømme på punktene vist i modellen (ibid.).



Figur 2.3 – Suksesskriterier for omdømme (Fombrun & van Riel, 2004)

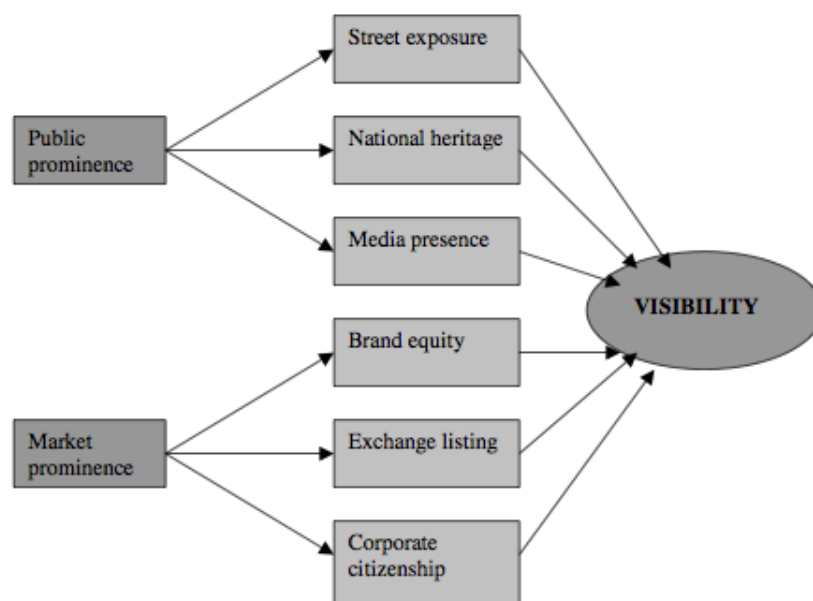
Disse punktene vil være relevante for en vurderingen om hvordan bedriftene i innholdsanalysen av denne oppgaven opptrer i media, dette vil bli nærmere diskutert i del fem av oppgaven. Noen punkter er mer relevante enn andre, men alle er nyttige å se litt nærmere på her.

2.4.1 Synlighet

Omdømme skapes i stor grad av den oppfatningen interessenter har av bedriften. Synlighet er derfor en vesentlig faktor som bør være til stede for å lykkes med å skape et godt omdømme. Synlighet omfavner både den synligheten man kan kjøpe seg til, i form av reklame, og den synligheten som kommer av tilstedeværelse i media. Fombrun og van Riel (ibid.) viser i sitt arbeid at selskapene som kommer bra ut på omdømmerankingen er signifikant mer synlige enn de som kommer dårlig ut.

“Simply put, the more familiar you are to the public, the better the public rates you” (ibid.)

Figuren viser hvordan Fombrun og van Riel skiller mellom offentlig synlighet og markedssynlighet, originalt “Public Prominence” og “Market Prominence”, oversatt av Josefsen (2008). Hver av disse kan igjen skilles i tre faktorer som er sammen skaper den totale synligheten for bedriften.



Figur 2.4 - The drivers of visibility (Fombrun & van Riel, 2004)

Den offentlige synligheten består av “street exposure”, “national heritage” og “media presence”. Street exposure omhandler bedriftens synlighet i det daglige

gatebildet, hvor butikker, kontorer eller andre lokaler er plassert og hvordan disse bidrar til at interessenter eksponeres for bedriftens logo i det daglige. National heritage er lagt inn i modellen fordi den tilknytningen bedriftene har, både lokalt og nasjonalt har betydning for medieomtalen. Plassering av hovedkontor virker å være viktig for å score bra på national heritage, men verdier som arv og tradisjoner omfattes også av dette punktet. Det siste punktet under offentlig synlighet er media presence, dette omhandler i hvor stor grad bedriften blir omtalt i media. Det er verdt å notere seg at all synlighet i media selvsagt ikke er like bra, dersom overvekten av synligheten blir av negativ karakter vil det være med på å skape et betraktelig dårligere omdømme.

Den andre delen av bedriftens synlighet er markedssynlighet, dette kan beskrives med faktorene "brand equity", "exchange listing" og "corporate citizenship". Brand equity er verdien av hvordan bedriften oppfattes som merkevare, forskjellen på dette er omdømme er allerede omtalt i del 2.3. Exchange listing innebærer børsnoteringer av bedriften, dette er med på å øke synligheten og kjennskapen til bedriften blant nye interessentgrupper. Notering på børs er også med på å gjøre bedriften mer interessant for media å skrive om. Den siste faktoren er corporate citizenship, dette påvirkes av den rollen og det ansvaret bedriften påtar seg i samfunnet. Begrepet er det samme som CSR, punkt 2.6 i oppgaven går nærmere inn på ulike tilnærminger til hvordan bedrifter kan håndtere dette.

2.4.2 Særegenhet

For å lykkes som omdømmebyggere viser Fombrun og van Riel (2004) sitt arbeid at de bedriftene som i størst mulig grad lykkes med å ha et konsekvent fokus på hvem de er og hva som skiller dem fra konkurrerende bedrifter er de som kommer best ut på omdømmerangeringer. Fombrun og van Riel kommer i sitt arbeid med prinsipielle plattformer som kan hjelpe bedrifter å være særegne; slagord, unik logo og varemerker og storytelling. Det er viktig å påpeke at det er ikke slik at bedriftene får bra omdømme bare de har et bra slagord, men det er små skritt som kan bidra til å

skape helheten (2004). Formbrun og van Riel trekker frem BP, et av selskapene som analyseres i denne oppgaven, som et eksempel på et selskap som har klart dette. Det er viktig å merke seg at dette er fra før oljekatastrofen i 2010. BP endret sin logo, profilerte som seg med slagordet "beyond petroleum" og var tydelige på at de var et selskap som satset miljøvennlig for fremtiden. På dette tidspunkt sto oljevirkksomheten fortsatt for 90% av inntektene, men de var klare på budskapet de ville ut med og lyktes i stor grad med dette (ibid.).

2.4.3 Autentisitet

Bedrifter som prøver å fremstå som noe de ikke er vil bli gjennomskuet, det er derfor et viktig poeng for å lykkes at bedriften kommuniserer og handler i samsvar med dette. Autentisitet skaper troverdighet og tillit til at selskapet snakker sant. Dette er med på å skape en emosjonell appell hos interessenter og er avgjørende for å skape et godt omdømme (Fombrun & van Riel, 2004).

Autentisitet henger tett sammen med selskapets identitet og de ansatte som jobber der. Det nytter ikke at ledelsen sier noe, dersom de ansatte opptrer på tvers av dette. For å fremstå som autentiske er bedriftene derfor nødt til først å bygge opp en organisasjonskultur som bygger på de riktige prinsippene og verdiene, før de kan kommunisere dette bilde ut til andre interessenter.

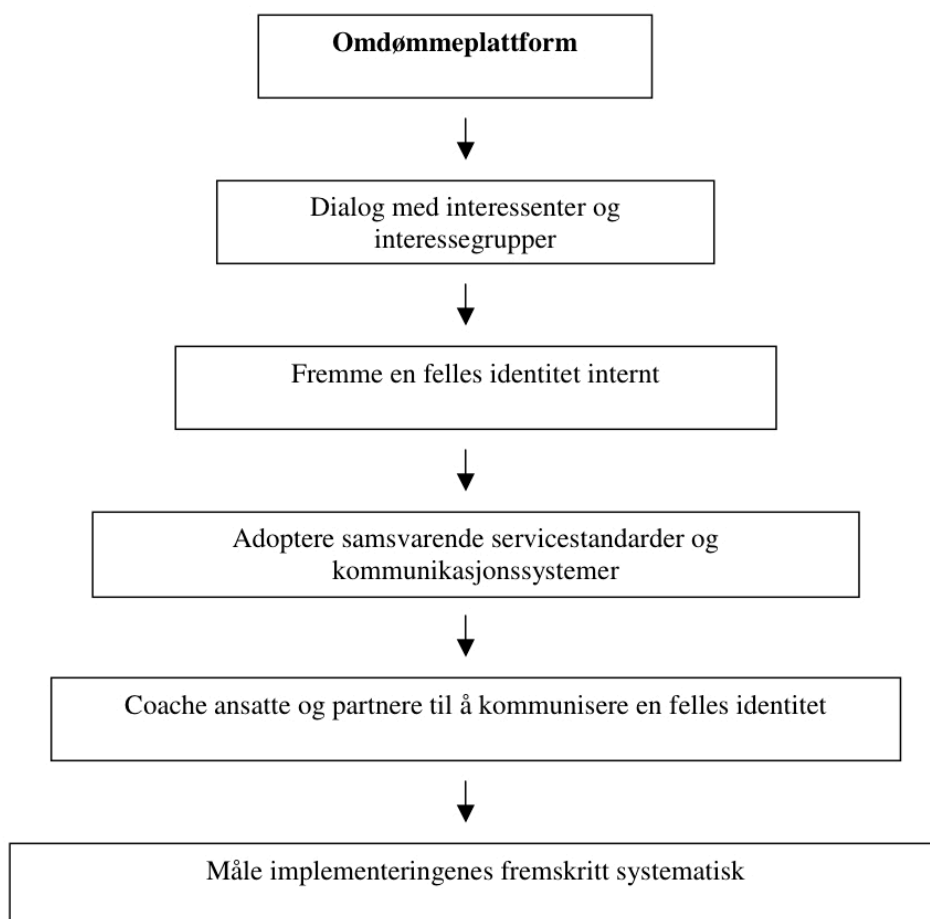
2.4.4 Gjennomsiktighet

Gjennomsiktighet henger tett sammen med autentisiteten til en bedrift. I en global verden hvor alt som gjøres er, eller på ett eller annet tidspunkt bli synlig for alle, har åpenhet blitt viktigere og viktigere. Bedrifter som har en åpen og tydelig dialog med interessentene, scorer bedre på omdømme enn de som ikke opptrer i tråd med dette. Gjennomsiktighet er med på å bygge en tillitt om at bedriften ikke forøker å skjule noe og at de ikke er involvert i aktivitet som ikke tåler dagens lys (Fombrun & van Riel, 2004). Etter ENRON skandalen ble dette enda viktigere og er nå i mye større

grad enn tidligere en del av lovgivningen selskapene må forholde seg til. Basel II regelverket for bank og finans er et eksempel på dette. Gjennom dette regelverket, kontrollert av finanstilsynet, må bankene offentlig rapportere finansiell informasjon og metode for beregning av avsatt kapital.

2.4.5 Konsistent

Bedriften må vise sammenheng mellom det budskapet de sier se skal gjøre og det de gjør. Dette gjelder både ovenfor ansatte og andre interessenter. Bedriften må fremstå som en enhetlig organisasjon. Fombrun og van Riel (2004) presenterer i sin bok en plattform som kan bidra til at bedriften opptrer i tråd med dette og de tre overnevnte punktene. Modellen er oversatt av Josefsen (2008).



Figur 2.5 – A process for creating consistency... (Fombrun & van Riel, 2004, s. 219)

Fombrun og van Riel påpeker at disse punktene i modellen ikke nødvendigvis må gjennomføres i den rekkefølgen de står her, det bør anses som moduler og kan ha en viss overlapping (2004).

2.5 COSO – Rammeverk for helhetlig risikostyring

COSO rammeverket er utviklet for å hjelpe bedrifter med å kartlegge og få kontroll over den risikoen de er eksponert mot. Rammeverket er ment til å være en klar guide for retning og verktøyer i risikohåndteringen. COSO har følgende definisjon på helhetlig risikostyring:

“Enterprise risk management is a process, effected by an entity’s board of directors, management and other personnel, applied in strategy setting and across the enterprise, designed to identify potential events that may affect the entity, and manage risk to be within its risk appetite, to provide reasonable assurance regarding the achievement of entity objectives.”

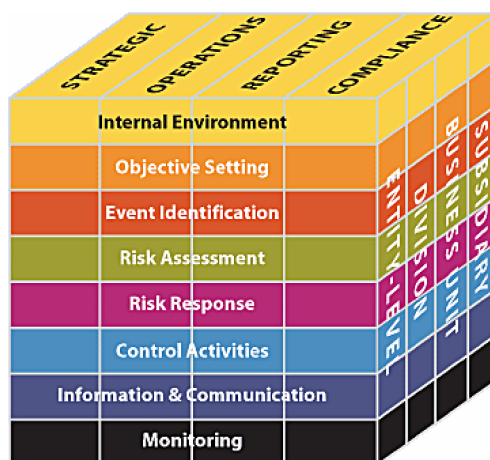
(Committee of Sponsoring Organisations of the Treadway Commission, 2004)

Denne definisjonen legger opp til at helhetlig risikostyring bør ses på som en kontinuerlig prosess, som innarbeides i hele organisasjonen . Hovedformålet er å identifisere potensielle hendelser som, dersom de inntreffer, kan føre til at bedriften befinner seg i en mer utsatt posisjon (mht. risikoeksponering) enn hva som er ønskelig. Denne definisjonen har fått en del kritikk, både for at den bruker ordet den ønsker å definere i selve definisjonen og for at den tar den del antagelser om lesers eksisterende kunnskap om risiko (Makomaski, 2008). COSO rammeverket i sin helhet kan nok også være for detaljert og for avansert for anvendelse i en del bedrifter (Shaw, 2006). Like fullt, rammeverket er en nyttig rettleiding på veien for bedrifter som ønsker en helhetlig styring og kontroll av sin risikoeksponering.

Nedenfor følger en kort gjennomgang av COSO, før det avslutningsvis ses på omdømmehåndtering i lys av COSO.

COSO rammeverket er et tredimensjonalt rammeverk hvor formålene er representert ved de overordnede målsetningene:

- *Strategic* – målsetninger for risikostyring i tråd med bedriftens overordnede mål og forretningsidé.
- *Operations* – effektivitet og effektiv bruk av bedriftens ressurser i risikostyringsarbeid.
- *Reporting* – troverdighet knyttet til rapporteringen av risikostyringen som gjøres i bedriften.
- *Compliance* – bedriften skal opptre i tråd med de til en hver tid gjeldene lover og retningslinjer for sin virksomhet. For SpareBank1 SR-Bank vil dette blant annet være Basel II regelverket (Bank for International Settlements, 2006), mens for selskaper notert på Oslo Børs vil det være NUES retningslinjene (Norsk Utvalg for Eierstyring og Selskapsledelse, 2006).



Figur 2.6 – COSO (2004)

Videre er COSO delt inn i åtte relaterte komponenter (horisontale linjer), delt inn ut fra hvordan ledelsen styrer bedriften:

- *Internal Environment* – På et overordnet nivå lages det en risikofilosofi⁶ for bedriften. Punktet påpeker også viktigheten av en god organisasjonskultur, for å sikre etterlevelse av rammeverket i hele organisasjonen.
- *Objective Settings* – Målsetninger for strategi, drift, rapportering og samsvar, i tråd med ønsket risikoappetitt. Dette vil videre danne grunnlaget for de neste punktene (hendelsesidentifikasjon, risikoanalyse/-evaluering og tiltak).
- *Event Identification* – Identifisere hendelser som, dersom de inntreffer, vil påvirke virksomhetens evne til å nå målene sine, både positive- (muligheter) og negative hendelser (trusler).
- *Risk Assessment* – Vurdering av identifiserte hendelser. Formålet er å se hendelsene i forhold til hverandre, for å avgjøre hva som de mest alvorlige hendelsene.
- *Risk Response* – Ut ifra hvordan man vurderer hendelsen kan man også gjøre seg opp en mening om hvordan man bør håndtere den. COSO legger opp til at man kan; unngå risikoen, redusere den, spre den eller akseptere at man er villig til å ta denne risiko.
- *Control Activities* – Oppfølging i organisasjonen på at ønsket aktivitet knyttet til risiko blir iverksatt. Policyer og prosedyrer for arbeidsdeling mellom avdelinger, verifisering og hvem som har fullmakter til å fatte ulike beslutninger.
- *Information and Communication* – Kommunikasjon vertikal og horisontalt i organisasjonen. For en effektiv håndtering av risiko er man avhengig av at både interne (ansatte) og eksterne (kunder, leverandører, myndigheter, aksjonærer) får nødvendig informasjon til riktig tid.
- *Monitoring* – Risikostyring bør håndteres som en helhetlig prosess, hvor iverksatte tiltak overvåkes for å se effekten av dem. Internrevisjon spiller en viktig rolle i dette. Hovedpoenget vil være å se på hva som fungerer og hva

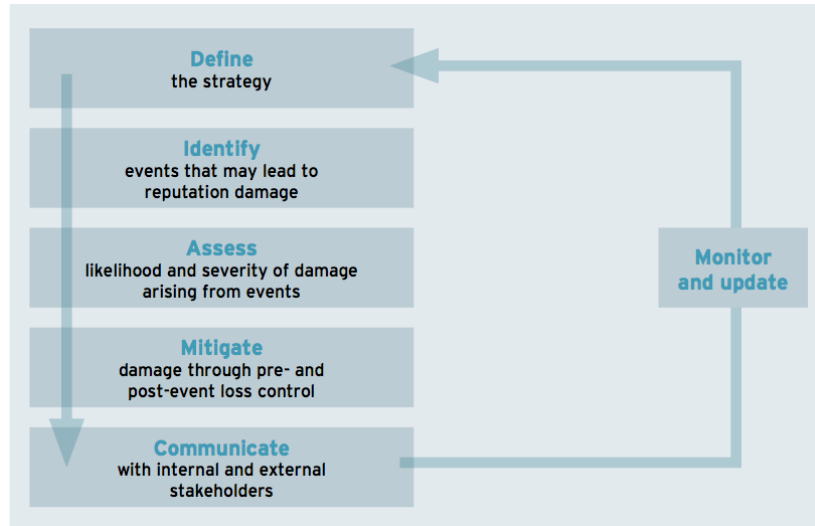
⁶ Felles sett med tanker og retningslinjer for hvordan bedriften stiller seg til risiko, og hvordan de ønsker at dette håndteres i hele organisasjonen. Inkludert konkrete verdier, operativ stil, og risiko appetitt.

som ikke fungere. Hele prosessen startes på ny og man vurderer den nye risikobildet, basert på de endringer som har skjedd både internt og eksternt.

Fra et omdømmerisiko perspektiv vil det under punktene hendelses identifikasjon og -vurdering være viktig å gjennom alle prosesser foreta en vurdering hvordan ulike hendelser vil bli oppfattet hos interessenter. Faktorer som gjennom COSO pekes på som viktige i identifiseringen av hendelser er eksterne faktorer; økonomiske, politiske, sosiale, teknologiske og naturkatastrofer og interne faktorer; infrastruktur, personell, prosesser og teknologi. COSO rammeverket legger opp til etterlevelses med gjeldene lover og regler, dette omfatter også NUES. Virksomheter må ta innover seg det faktum at de opptre i en åpen verden, hvor det ikke lenger bare er aksjeeiere det må tas hensyn til. Alle interessenter; ansatte, aksjonærer, myndigheter, interesseorganisasjoner og lokalsamfunn må tas med i vurderingen. Punktet informasjon og kommunikasjon i COSO legger opp til at man hele tiden vurderer hvem som har behov for hvilken informasjon. Som påpekt i 2.4 vil særeghet, autentisitet, gjennomsiktighet og konsistenten i kommunikasjonen være viktig.

Som gjennomgangen av COSO rammeverket viser er det ingen konkret håndtering av omdømmerisiko i rammeverket. Tidligere arbeid fra blant annet Dr. Laureen Regan fra Fox School of Business og Eccles, Newquist og Schatz ved Harvard Business School viser at denne utfordringen er noe det jobbes med.

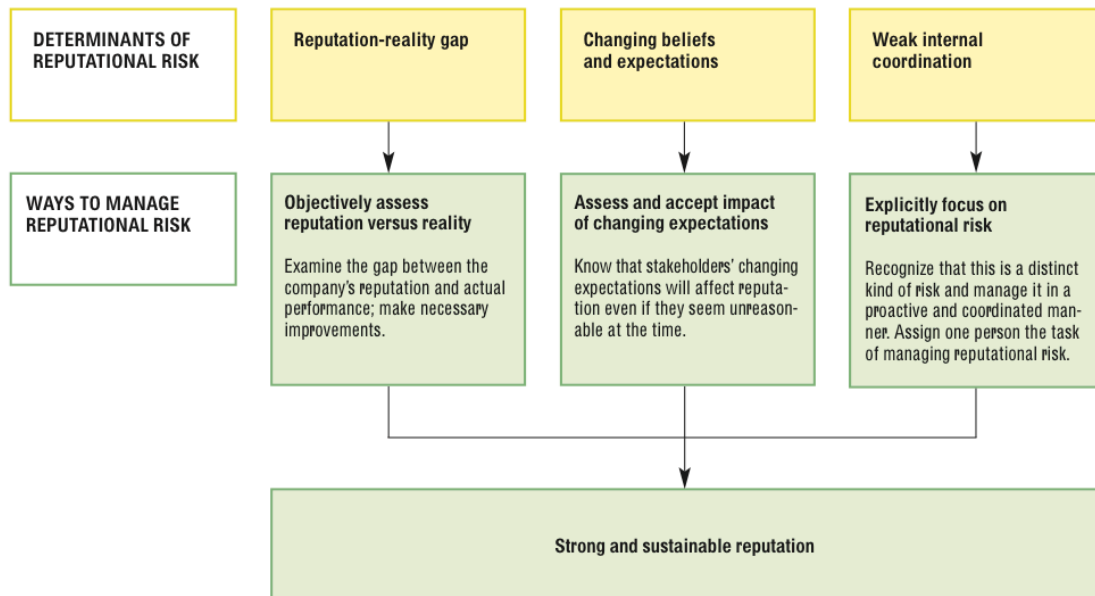
Laureen Regan (2008) har utviklet "*The reputation risk management process*", en fem stegs modell for håndtering av omdømmerisiko. Modellen legger seg tett opp mot allerede eksisterende metode i COSO rammeverket.



Figur 2.7 – The reputation risk management process (Regan, 2008)

Modellen er en dynamisk tilnærming til håndtering av omdømmerisiko og innebærer en kontinuerlig overvåking og oppdatering. Bedrifter må først definere strategien og målsetninger for arbeidet med omdømmerisiko. Dette inkluderer ifølge Regan blant annet at de må fastsette et utgangspunkt, hva de legger i begrepet og hvordan det skal måles. Håndtering av omdømmerisiko bør integreres med eksisterende helhetlig risikoarbeid i bedriften. Under identifisering av kritiske punkter er det viktig å se på et helhetlig bilde i bedriften, omdømmerisiko er ofte en indirekte effekt av hendelser innen andre risikoområder. Modellen anbefaler å sette sammen et team som har inngående kjennskap til både bedriften og bransjen den er i, all form for omdømmerisiko bør kartlegges. Dette inkluderer bedriftens egne forhold, eksterne hendelser og hendelser som er resultat av samarbeid med eksterne parter. Etter at hendelsene er identifisert må de klassifiseres ut fra kriteriene sannsynlighet og alvorlighet, dette er i tråd med prosessen i COSO rammeverket. For hver identifiserte risiko må man i det neste punktet se hvilke interessenter de vil ha en effekt på, slik at man kan utvikle en strategi for å håndtere dette. Formålet er å ha en plan klar dersom hendelser skulle oppstå, slik at den nødvendige informasjonen når ut til riktige interessenter. Det siste steget i modellen er å kommunisere omdømmerisikoen ut til involverte parter i bedriften. Risikobildet endrer seg hele tiden, derfor må alt dette gjennomføres som en kontinuerlig prosess (ibid.).

Eccles, Newquist og Schatz (2007) har en litt annen vinkling på håndtering av omdømme. De peker i sitt arbeid på en tendens om at mye av det som gjøres i forhold til omdømmerisiko ikke er risikostyring, men mer krisehåndtering. Denne tilnærmingen er mindre knyttet opp mot COSO, men utgjør en alternativ måte å håndtere omdømme på.



Figur 2.8 – A Framework for Managing Reputational Risk (Eccles et.al., 2007)

De har utviklet et proaktivt rammeverk for håndtering av omdømmerisiko som bygger på tre hovedprinsipper; Kommunikasjonen ut av bedriften må være av en slik art at den skaper minst mulig gap mellom forventningene til bedriften og virkeligheten. Bedriften må til en hvert tid overvåke interessenter og forholde seg til de endringene i forventninger til bedriften som forekommer. Her påpeker Eccles et.al. også at det er viktig å ta hensyn til at det kan være regionale forskjeller for den samme typen interessenter. Det er krevende å ha kontroll på endringer i forventningene, men dersom bedriften klarer dette vil de i mye større grad kunne minimere gapet mellom forventninger og slik de opptrer. Det siste punktet er interne koordinering. Bedriften må fremstå enhetlig og strukturert ovenfor sine

interessenter. Ikke bare fremstår det dårlig dersom ulike avdelinger i bedriften handler på tvers av hverandre, men med det er også med på å ødelegge for de andre punktene som er nevnt. Løsningen Eccles et.al. foreslår på dette er å ha et tydelig organisasjonskart, hvor en person for ansvar for å overvåke og rapportere på omdømmerisikoen bedriften er eksponert mot.

Begge tilnærmingene synes å presentere viktige elementer. Den ene er tett knyttet opp mot COSO og representerer i så måte elementer som vil være kjent i en organisasjon som allerede har implementert dette rammeverket. Den andre tilnærmingen på problemet er tettere knyttet til handlinger og konsekvenser, i tråd med Fombrun og van Riels suksesskriterier for å lykkes i å skape et godt omdømme. Elementer fra begge modellene vil være nyttige å ha med seg når man skal se hvordan bedriftene som analyseres i denne oppgaven opptrer og fremstilles i media.

2.6 CSR – Plikt eller frivillighet?

Akademisk litteratur trekker linjer mellom det arbeidet bedrifter gjør med rapportering av Corporate Social Reputation (CSR) og det som blir gjort for å håndtere omdømmerisikoen. Både figur 2.2 og 2.4 inneholder elementer av CSR og viser at dette kan være en fornuftig tilnærming. Den aktiviteten bedriften gjør som en del av sitt CSR arbeid kan ha betydning for oppfatningen og synligheten bedriften får i media (Fombrun & van Riel, 2004).

Friedman og Miles (2001) skriver i følge Bebbington, Larringa og Moneva (2008) at bedriftenes arbeid med omdømmerisiko er en av de viktigste driverne for CSR rapporteringen. KPMGs undersøkelse om CSR rapportering (2005) bygger opp under denne sammenhengen ved å identifisere "to have a good brand and reputation" som en av de viktigste driverne for at bedrifter kommer med CSR rapporter. Noe av den tette koblingen mellom disse to, egentlig ulike konseptene, skyldes nok at prosessen med å utvikle CSR rapporter er med på å bevisstgjøre organisasjonen på potensielle problemområder i forhold til omdømmehåndteringen.

For det videre arbeidet i oppgaven vil det være nyttig å ha det klarlagt hva CSR er, slik at man kan skille dette fra omdømmehåndtering. I del 5.3 ser oppgaven litt nærmere på hvordan de undersøke bedriftene omtaler dette i sine årsrapporter og hvordan det det gjør er synlig i media.

“Corporate social responsibility is the continuing commitment by business to contribute to economical development while improving quality of life of the workforce and their families as well as of the community and society at large”.

(World Business Council for Sustainable Development, 2000)

Sette i forhold til tidligere refererte definisjon av omdømmerisiko går CSR direkte inn på interessentene og hva de forventer av bedriften. Klarer man ikke leve opp til dette kan dårlig CSR arbeid slå direkte ut i skadet omdømme.

En problemstilling som nærmest alltid dukker opp når man er inne på temaet CSR er hva som egentlig er forventet av bedrifter. Hvilken rolle skal bedriften ha i samfunnet? Det er to ledende og motstridende tankesett på dette området, oppgaven skal ikke avgjøre hvilke tankesett som er riktig, men i forhold til den videre diskusjonen vil det være et nyttig element å ha med seg.

På den ene siden har man den tradisjonelle, gjerne konservative skolen som bygger på Milton Friedmans bedømte ord; “the business of business is business”. Friedman (1970) skriver selv litt om tankene bak disse ordene i sin artikkel fra 1970, her slår han fast at bedrifter har et og bare et ansvar ovenfor samfunnet, det er å tjene mest mulig penger innenfor gjeldende lover og regler. Dette tankesettet impliserer på det mest ekstreme at omdømme ikke har noe betydning i det hele tatt, så lenge aksjeprisen og avkastningen til eierne konkurransedyktig med andre selskaper (Csiszar & Heidrich, 2006).

På den andre siden har man det totalt motsatte, som mener at bedrifter skal være på grensen til filantropiske. Dette tankesettet mener at det er minst like viktig at bedrifter bryr seg om lokalsamfunnet, miljøet, pensjonsordninger og mange andre ansvarsområder, som at de fokuserer på å tjene penger for sine eiere. (ibid.) Dette er også opphav til "tredele bunnlinje"-tilnærmingen (triple-bottom-line) som innebærer at bedriftens rolle i samfunnet utgjør en kombinasjon av økonomi, miljø og sosialt ansvar. Denne tilnærmingen baserer seg på at verdien bedriften skaper skal komme alle til gode, profitten til eierne skal maksimeres, bedriften skal utøve samfunnsansvar og samtidig ta vare på naturen/miljøet den opererer innen for å sikre bærekraftig utvikling (Fortmoser & Herger, 2006).

I virkeligheten vil de aller fleste bedrifter ende opp med en mellomting av disse to tankesettene, det synes også å være det mest fornuftige. Profitten til eierne skal være størst mulig, men det må gjøres innenfor gitte rammer. I Norge har vi retningslinjer som forplikter bedrifter til å rapportere informasjon om ikke-finansielle forhold som arbeidsmiljø og ekstern aktivitet som påvirker miljøet i betydelig grad. NHO har også retningslinjer for etiske prinsipper og menneskerettigheter som norske bedrifter er anbefalt å følge (Tamagno, 2002).

Ser man må det økonomiske aspektet av CSR er det vanskelig å trekke noe klare konklusjoner (Godfrey, 2005). Det er gjort en del forskning som forsøker å trekke linjene mellom CSR og finansiell lønnsomhet, blant annet av Margolis og Walsh (2001) som har gått gjennom 90 empiriske studier fra 1970 og frem til 2001. Funnene fra denne undersøkelsen sammen med funn fra Yand, Lin og Chan (2009) og Griffin og Mahon (1997) bekrefter denne oppfatningen. En fersk kvalitativ analyse fra IRIS utført av Blomgren (2010), mener å avdekke at det ikke er noe ren finansiell gevinst ved CSR som gjør at man kan tjene mer enn det som er normen i bransjen. De samme indikasjoner finner man hos Griffin og Mahon (1997). Blomgren peker samtidig på andre områder hvor CRS kan bidra konstruktivt, blant annet ved å bedre organisasjonen sitt omdømme, bidra til å redusere forretningsrisiko, øke intern

effektivitet og øke konkurrenters kostnader. Disse punktene er langt på vei i samsvar med fordelene av å ha et godt omdømme (TNS-Gallup, 2009).

Noe av årsaken til at CSR ikke ser ut til å spille noe vesentlig rolle for bedriftens finansielle resultater kan, som David Vogel (2008) skriver, være at bare en håndfull av interessentene bryr seg særlig mye om miljømessige og samfunnsmessige forhold i tilknytning til produktene de kjøper. Etske produkter (som "fair trade"-merkede produkter) er et nisjemarked.

Bedrifters aktivitet innen CSR kan summeres opp som et strategisk valg. Beslutningen om engasjement kan tas både basert på en grunnleggende oppfatning om hva bedriftens rolle bør være, men det kan også gjøres fra et kommersielt perspektiv. CSR aktivitet får ofte oppmerksomhet i media og kan derfor være et tiltak for å styre omtalen av bedriften i en ønsket retning. I del fire og fem går oppgaven nærmere inn på hvordan analyserte bedriften opptrer i forhold til sitt arbeid med CSR og om det er mulig å trekke noen linjer mellom CSR og omdømme for de analyserte bedrifter.

3 Omdømme som utgangspunkt

Bakgrunnen for denne oppgaven er at det forventes å være en positiv sammenheng mellom bedriftenes omdømme og den omtalen de får i media. Før oppgaven går dypere inn på medieanalysen er det derfor naturlig å klarlegge bedriftenes omdømme i utgangspunktet. Det vil si den vurderingen som er gjort av omdømmet før 2010. I slutten av oppgaven vil det gjøres noen betraktninger om hvordan omdømme har utviklet seg ved å se på oppdaterte tall fra målinger foretatt etter analyserte 2010.

Som referansepunkt for omdømme er det valgt å benytte RepTrak™ Pulse målingene utviklet av Reputation Institute, som er verdens ledende organisasjon for måling og håndtering av omdømme på bedriftsnivå (Reputation Institute, 2011a). Elementene som inngår i RepTrak™ modellen er redegjort for i del 2.4, videre går oppgaven nærmere inn på hvordan undersøke bedrifter scorer i disse målingene.

RepTrak™ Pulse målingene utføres i samarbeid med lokale aktører i de ulike landene hvor den gjennomføres. Alle målingene gjøres på det samme grunnlaget og benytter de samme metodene. Reputation Institute gjennomfører i tillegg en felles måling i alle land som undersøkes, funn fra denne brukes til å justere målinger fra de enkelte landene, slik at resultater fra RepTrak™ Pulse kan sammenlignes på tvers av landegrenser (Reputation Institute, 2011c).

	RepTrak Norge 2008	RepTrak Norge 2009	RepTrak Norge 2010
Statoil	70,5	71,8	77,4
SpareBank1	63,1	69,7	72
Acta	-	39,9	-
	RepTrak UK	RepTrak UK	RepTrak UK
BP	-	-	66,26

 Over 80 Fremragende	 70-79 Godt	 60-69 Middels godt	 40-59 Svakt	 Under 40 Dårlig
--	---	---	--	--

Tabell 3-1 – RepTrak™ Pulse 2010, samlet

(Apeland Informasjon, 2009) (Apeland Informasjon, 2010)

RepTrak™ Pulse gir bedriftene en score mellom 0 og 100, som figuren viser er det satt opp globale kategorier for hvordan en høy eller lav score skal vurderes (Apeland Informasjon, 2010). Tabell 3.1 viser tilgjengelige resultater fra målingene basert på informasjon før 2010. Som tabellen viser har oppgaven ikke lyktes med å få tak i fullstendig informasjon for de ulike selskapene. For de norske målingene er historiske tall tatt med, slik at det er mulig å si noe om utviklingen over tid. Tilsvarende tall for BP er ikke tilgjengelig. Før det ses på resultatene fra disse målingene er det noen forhold som må tas i betraktning.

I forhold til de norske bedriftene er Statoil den eneste hvor tallene direkte kan anses som riktige. For de tidligste målingene het selskapet StatoilHydro, men dette bør ikke ha noe særlig innvirkning på resultatet. SpareBank1 SR-Bank blir ikke målt som selvstendig selskap, men som en del av SpareBank1-alliansen. Basert på den opplevelsen det gir å lese om SpareBank1 SR-Bank i media, samt egne uttalelser fra selskapet (SpareBank1 SR-Bank, 2011a) gir grunnlag for å tro at de ville kommet ut minst like bra som tallene under ved en selvstendig måling.

Finanshuset Acta har bare vært med i målingen en gang (da under navnet Acta), det var i kriseåret 2009. Den gang havnet de langt nede på målingen og hadde kun krisebanken Terra bak seg (Apeland Informasjon, 2009). I etterkant av denne målingen har Finanshuset Acta gjennomgått en omstrukturering (Finanshuset Acta,

Hafslund	62,0	63,8
ICA	61,8	65,6
RIMI	61,8	57,4
Get	61,2	57,4
Tele2	61,1	57,8
NextGenTel	55,9	54,6
Notar	48,1	-
McDonald's	47,5	52,3
NSB	46,4	57,7
Terra	45,0	35,1

Tabell 3-2 – RepTrak™ Pulse Norge 2010, nedre del

2010). Problemer fra 2008 henger fortsatt henger igjen i media både i 2009 og 2010, selv om omfanget av omtalen Finanshuset Acta får betraktelig mindre ⁷ gir dette ikke grunn til å tro at omdømmet har bedret seg noe vesentlig. Ser man på

nedre del av RepTrak™ Pulse målingen fra 2010, sammen med funnene i innholdsanalysen som presenteres i 4.2, hvor Finanshuset Acta fortsatt får mye negativ omtale er det grunn til å tro at Finanshuset Acta fortsatt befinner seg rundt dette nivået. Det er ikke unaturlig å tenke seg at utviklingen vil være omtrent som for Terra. For den videre diskusjonen antar oppgaven at Finanshuset Acta har et svakt omdømme, det vil si en score mellom 40 og 59.

Deltagelse i RepTrak™ Pulse målingen gjøres basert den synligheten bedriftene har. BP har aldri vært synlige nok i Norge til å være en del av undersøkelsen. Som

⁷ et raske søk i Retriever gir 684 oppslag i 2008 og 283 oppslag i 2009 (mot 199 i 2010).

medieomtalen i del fire vil vise så dette kan imidlertid endre seg på målingen fra 2011 som presenteres i slutten av oppgaven. En score fra RepTrak™ Pulse målingen er imidlertid sammenlignbar på mellom land, slik at man kan benytte tall fra UK målingen for å få et bilde av BPs omdømme. Dette forteller oss at BP har et omdømme midt på treet og er vurdert som middels godt ved inngangen av 2010.

Utgangspunktet for medieanalysen videre i oppgaven vil være basert på omdømmemålingen som nå er redegjort for. Denne viser at Statoil og SpareBank1 SR-Bank har et godt omdømme. Hypotesen som ligger til grunn i oppgaven tilsier da at disse vil få mye positiv omtale i media. BP har et middels godt omdømme som utgangspunkt og det er ventende at de får en nøytral mediedekning, uten hverken for mye positivt eller negativt medieomtale. Finanshuset Acta, som har det desidert verste omdømmet av de undersøkte bedriften er ventet å få en negativ vinkling i media. På forhånd vet vi at både BP og Finanshuset Acta har enkeltsaker som har preget mediedekningen, dette kan være med på å gi mer negativ omtale en omdømmet isolert sett skulle tilsi.

4 Medieanalyse

Denne delen av oppgaven inneholder et underkapittel for hver av de undersøkte bedriftene. Hovedtrekk fra analysen presenteres for hver enkel bedrift, i del fem vil oppgaven gå dypere inn i analysen og se bedriftene i forhold til hverandre. Avgrensningene som er gjort i forhold til hva som skal analyseres er redegjort for i 1.5. Innledningsvis her følger betraktninger av metoden som er brukt og de valgene som er gjort i forhold til vurderinger i analysen. Komplette oversikt over datamaterialet er vedlagt oppgaven.

Det er valgt å gjennomføre en kvantitativ og kvalitativ innholdsanalyse (Allern, s.a.) av mediedekningen de utvalgte bedriften fikk i kalenderåret 2010. Det kvantitative

aspektet av undersøkelsen er en ren telling av antallet relevante avisoppslag og en kategorisering av disse basert på om innholdet omhandler økonomisk aktivitet eller sosial aktivitet for bedriften (Capriotti, 2009). Økonomisk aktivitet omfatter forretningsmessige forhold for bedriften, det meste av mediedekningen bedrifter får vil havne i denne kategorien. Sosial aktivitet er aktivitet bedriften gjør som ligger utenfor det naturlige forretningsområdet og omfatter økonomiske gaver, sponing, lokalt engasjement og portretter intervjuer av ansatte, punktet omfatter også saker om det interne arbeidsmiljøet og behandlingen av ansatte i bedriften. Aktivitet som gjøres som følger av bedriftens CSR strategi vil ofte havne under sosial aktivitet.

Den kvalitative delen av analysen innebærer en dypere undersøkelse av oppslagene for å avdekke om de er av positiv, nøytral eller negativ karakter. Dette for se i hvilken retning de kan påvirke interessentenes oppfatning. Denne type analyse vil til en viss grad være en subjektiv vurdering da det ikke eksisterer noe fasitsvar på hva som er positivt og negativt i en avisartikkel. I sorteringen er det forsøkt å fange det helhetlige inntrykket oppslaget gir, dette inkluderer vinkling av overskrift, tonen i artikkelen og bilder som brukes i saken. Eksempler på artikler som anses som positive er *"Vaktskifte i SR-Bank markert i Atlantic Hall"* (Stavanger Aftenblad, 25.11.10), *"Her starter et norsk vindeventyr"* (Bergens Tidende, 06.06.10). Eksempel på nøytrale oppslag er *"Boliglån løfter SR-Bank"* (Stavanger Aftenblad, 12.08.10) og *"BP gjør milliardoppkjøp"* (Dagens Næringsliv, 28.04.10). Artikler som kategoriseres som negative er *"Opprør mot Helge Lund"* (Dagbladet, 29.10.10) og *"Klarer ikke stanse oljeutslipp"* (Adresseavisen, 29.04.10). Artikkelen brukt som eksempler her er vedlagt i vedlegg seks til elleve.

Som redegjort for i kapittel 1.4 av oppgaven er datagrunnlaget begrenset både i tid og hvor det kommer fra. Innsamlingen av data viste at det var hensiktsmessig å sette noen begrensninger også for hvilke type saker som skal med. Ordet "Statoil" alene var nevnt 4 348 ganger i 2010, alt som nevnes er ikke like relevant. For å begrense omfanget noe er det valgt å utelate mindre notiser på under 100 ord. Denne type

oppslag er som oftest dirkete klippet fra nyhetsbyrået NTB og påvirker i liten eller ingen grad den oppfatningen interessenter har av bedrifter. Videre er det valgt å utelate så å si alle saker fra innlegg og debattspalter, disse er subjektive og profilerer i stor grad forfatter sine synspunkter. Kommentarer fra lederspalter i aviser er imidlertid tatt med, da disse er med på å synliggjøre avisen sitt ståsted i saker. For at en artikkel skal tas med må bedriften ha en vesentlig rolle i innholdet, saker hvor bedriftene bare er nevnt med ikke videre kommentert er derfor også utelatt. Disse avgrensningene gjør at antallet treff for SR-Bank, Acta, BP og Statoil er redusert fra henholdsvis 311, 199, 1285 og 4348 ved første rå-søk, til 182, 93, 394 og 858 relevante oppslag som utgjør den totale grunnlaget for innholdsanalyse.

4.1 Sparebank1 SR-Bank



Figur 4.1 - SR-Bank område (SpareBank1 SR-Bank, 2011b)

Sparebank1 SR-Bank er Sør- og Vestlandets ledende finanskonsern. Banken er i dag representert med 54 kontorer i 34 kommuner, med røtter i regionen som strekker seg helt tilbake til 1839 (SpareBank1 SR-Bank, 2011a). SpareBank1 SR-Bank er Norges største sparebank og en del av SpareBank1-alliansen⁸. For mediedekningen antas det at alliansen ikke spiller en vesentlig rolle. Hver enkelt bank fremstår og omtales som selvstendige enheter. Det er derimot nærliggende å tro at dette har betydning

for synligheten i andre kanaler og i så måte også for omdømmet. Bankene som er en

⁸ SpareBank1 Nord-Norge, SMN, SR-Bank, Ringerike Hadeland, Hallingdal, Buskerud-Vestfold, Gudbrandsdalen, Nordvest, Telemark, Lom og Skjåk, Nøtterøy og Tønsberg, Søre Sunnmøre, Hardanger, Oslo og Akershus, Modum SpareBank1, Rygge-Vaaler SpareBank1, Halden SpareBank1 og BN Bank

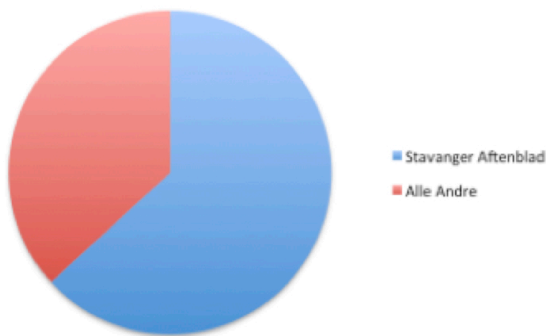
del av alliansen profileres likt, under hovednavnet SpareBank1. Det synes trolig at kunder hos en bank, for eksempel SpareBank1 SR-Bank, vil trekke assosiasjoner til sin egen bank, selv om de ser SpareBank1 Nord-Norge profilert som sponsor for Tromsø IL. At banken er en del av en større allianse kommer også tydelig frem i RepTrak™ Pulse målingene som blir foretatt på allianse-nivå, fremfor at det gjøres for hver enkelt bank. Dette er trolig med på å gjøre at SpareBank1 scorer noe dårligere på omdømme totalt sett, enn hva SpareBank1 SR-Bank ville gjort på en måling utført i deres satsningsområde.

SpareBank1 SR-Bank har vært en av de mest lønnsomme bankene i Norden de siste 15 årene og har i så måte en sterk posisjon i markedet. Banken definerer selv en overordnet hensikt med sin virksomhet:

”SpareBank1 SR-Bank skal skape verdier for den regionen vi er en del av”

(SpareBank1 SR-Bank, 2011a)

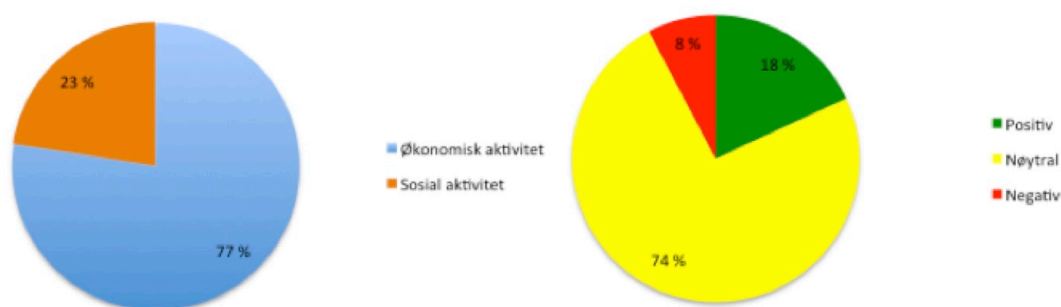
SpareBank1 SR-Bank definerer sine verdier gjennom Arne Garborgs ord *”Mot til å meina, styrke til å skapa”*. Dette skal de oppnå ved å være *langsiktige og åpne og ærlige*, og ved å vise *ansvar og respekt* og *vilje og evne til forbedringer* (SpareBank1 SR-Bank, 2011a) (SpareBank1 SR-Bank, 2011b)



Figur 4.2 – Mediefordeling SpareBank1 SR-Bank

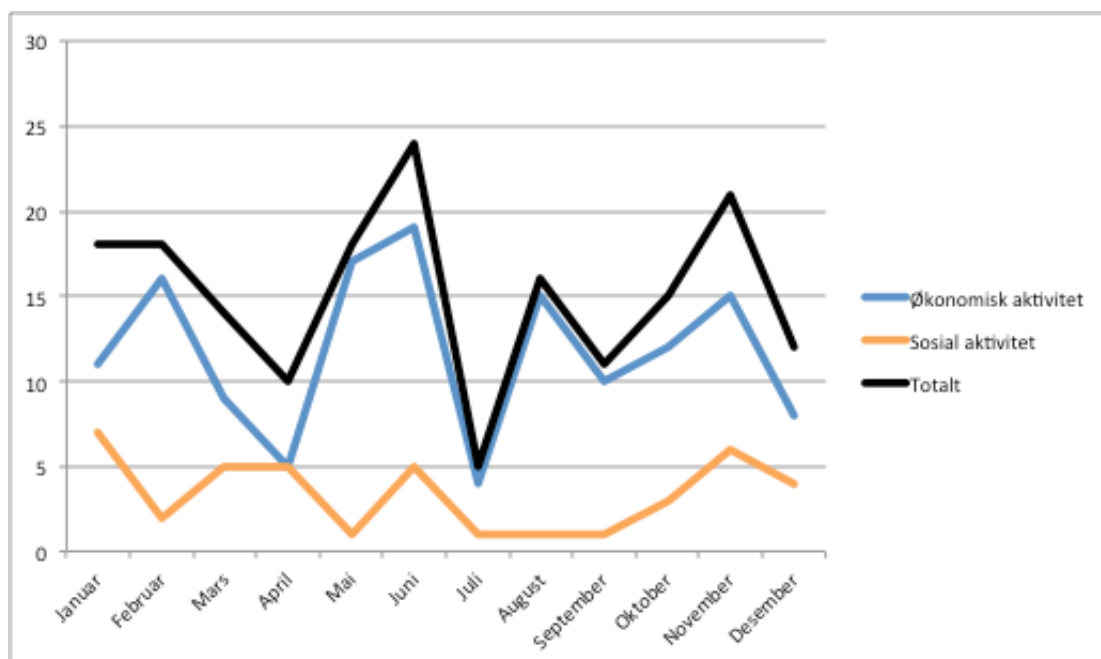
Innholdsanalysen av medieomtalen til SpareBank1 SR-Bank har en tydelig fellesnevner. Det er svært synlig at banken er har sitt opphav i Rogaland og er lokalisert med hovedkontor i Stavanger. Hele 63 % av den omtalen SpareBank1 SR-Bank hadde i media i 2010 kom fra regionsavisen Stavanger Aftenblad. Tonen på omtalen SpareBank1 SR-Bank får i

media med lokal forankring er også noe mer positiv enn hva den er i andre aviser, dette bekrefter antagelsen om at SpareBank1 SR-Bank har et noe sterkere omdømme lokalt enn nasjonalt. 18% av den totale omtale banken fikk er klassifisert som ren positiv omtale, ser man på tallene bare fra Stavanger Aftenblad øker denne prosenten til 23%. Typen medieomtale banken får er relativt lik, forholdet mellom økonomisk aktivitet og sosial aktivitet er tilnærmet lik både for all omtalen og for omtale bare fra Stavanger Aftenblad.



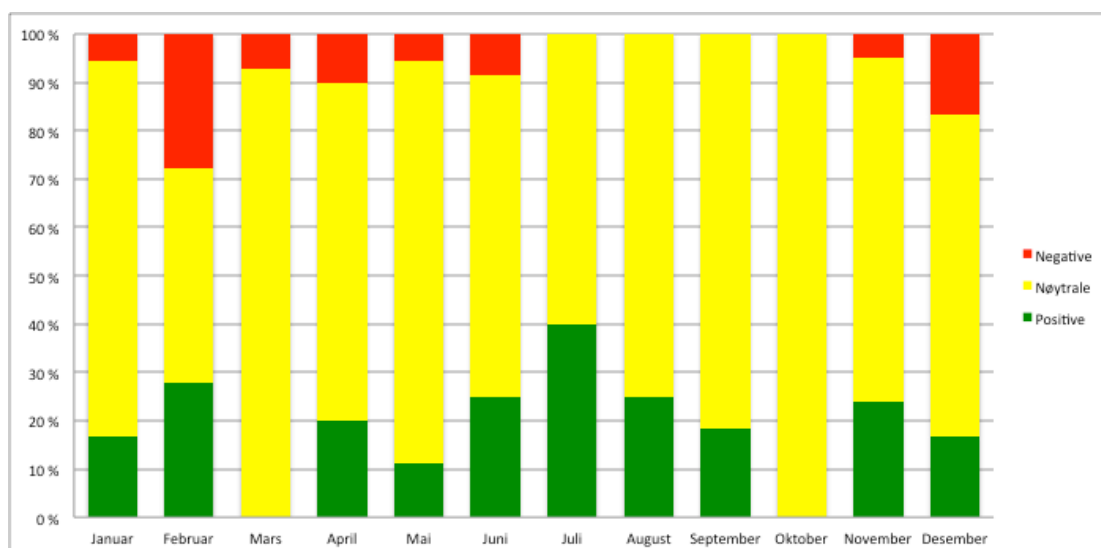
Figur 4.3 – Type og tone i omtale SpareBank1 SR-Bank

Omtalen var stabil i mengde gjennom hele året, eneste tydelige variasjon er svært lite omtale i juli, dette kan nok knyttes til ferieavvikling, både i banken og i avishusene. Totalt er banken flink til å få oppmerksomhet rundt de sosiale aktivitetene de bidrar med i lokalsamfunnet. Det virker å være en bevist strategi for CSR engasjement, som involverer mye lokal sponsing og støtte til å skape aktivitet i lokalmiljøet, noe som også er i tråd med de verdier som tidligere er presenter.



Figur 4.4 – Mediedekning SpareBank1 SR-Bank, mengde

Dersom man ser på omfanget av den negativ og positive omtalen, ser man at 18% av den totale omtalen er positiv og 8% er negativ. Dette gir en betraktelig større andel positiv omtale. Diagrammet under bryter omtalen ned i måneder, det er interessante å se på er forholdet mellom den positive og negative omtalen. Mer negativ omtale enn positiv omtale vil være med på å skade bedriftens omdømme (Eccles, Newquist, & Schatz, 2007).



Figur 4.5 – Vinkling i media, SpareBank1 SR-Bank

Diagrammet viser at SpareBank1 SR-Bank får en jevn flyt av positiv omtale. Forholdet mellom positiv og negativ omtale er i favør den positive omtale i alle månedene bortsett fra februar og desember. Den tydeligste negative omtalen for SpareBank1 SR-Bank fra 2010 finner vi i februar. Banken besluttet da å legge ned en bankfilial på Vigrestad. I utgangspunktet er ikke denne beslutningen noe mer enn en ren forretningsmessig beslutning som i media burde vært dekket som en nøytral nyhet av økonomisk karakter. Saken fikk imidlertid oppmerksomhet lokalt i Stavanger Aftenblad i en 2 ukers periode. I desember er omfanget av omtalen relativt lite (kun 2 oppslag), men skyldes spekulasjoner om SpareBank1 SR-Bank var i ferd med å kjøpe opp Sandnes Sparebank.

SpareBank1 SR-Bank omtaler omdømmerisiko i sin rapport om risiko- og kapitalstyring (SpareBank1 SR-Bank, 2011a), men ikke ut over at *"det ikke ble gjennomført noen spesifikke undersøkelser for å måle virksomhetens posisjon med hensyn på omdømme i 2010"*. Fra samme rapport fremgår det imidlertid at de har implementert en intern prosess for evaluering og overvåkning av risikobildet for omdømmerisiko. De gjennomfører jevnlig omdømmeundersøkelser i samarbeid med TNS gallup opp mot ulike interessentgrupper. Denne informasjonen tyder på at SpareBank1 SR-Bank har en bevist holdning til omdømmet og medieanalysen viser at de lykkes bra med dette. Analysen viser at SpareBank1 SR-Bank får en jevn flyt av positiv omtale og at mye av denne omtale har utspring i CSR relatert aktivitet. Dette er trolig et bevist valg gjort fra bankens side. I visjonen proklameres det at de skal være en aktiv aktør i den regionen de er en del av, de når ut i media med dette er de med å sette dagsordenen på medieomtalen.

Totalt sett, etter å ha analysert all omtalen til SpareBank1 SR-Bank sitter undertegnede igjen med et inntrykk av en bedrift med en sterk lokal forankring, som får mye positiv omtale. Det er gjort beviste valg om lokalt engasjement (CSR) og det gode omdømmet er med å bidrar slik at bedriften for god mediedekning rundt sine bidrag til lokalsamfunnet. Dette er særlig tydelig T lokalt media i Stavanger gir mye

positiv omtale både på forsider og lederplass i Stavanger Aftenblad. Der andre bedrifter gjerne sliter med å nå ut med de sosiale aktiviteten de gjør, synes SpareBank1 SR-Bank å få oppmerksomhet rundt alt de gjør. Det er likevel verdt å merke seg at den omtalen de får i det som betegnes som de nye satsningsområdene for banken⁹ (SpareBank1 SR-Bank, 2011a) er noe mer nøytral. Omtalen i disse fylkenes respektive regionsaviser¹⁰ begrenser seg i større grad til ren økonomisk rapportering. Omtale på forsider og lederplass er så å si fraværende. Lokalt i Rogaland nyter banken godt av å være største aktør og får gjennom dette mulighet til å kommentere og profilere seg i forbindelse med andre saker som får medieoppmerksomhet, dette er med på å øke den totale synligheten for bedriften og er igjen med på å bidra positivt for bedriftens omdømme.

4.2 Finanshuset Acta

Finanshuset Acta uttaler selv at de er Nordens ledende investeringsrådgiver (Finanshuset Acta, 2011). De er i dag representert med 24 kontorer og betjener 89 000 kunder, hovedsakelig i Norge og Sverige. Hovedkontoret for virksomheten er lokalisert i Stavanger, men Finanshuset Acta har ikke et like tydelig "hjemmemarked" som man ser hos for eksempel SpareBank1 SR-Bank. I årsrapporten fra 2010 (Finanshuset Acta, 2011) legger de frem følgende visjon:

"Vi skal skape et ledende nordisk finanshus"

Samme rapport vektlegger også *kompetanse, integritet og energi* som de viktigste verdiene. Visjonen og verdiene som presenteres er veldig operasjonelle og mye mer rettet mot driften av bedriften, dette kan være en indikasjon på at Finanshuset Acta har en strategi hvor de ikke tillegger seg selv noe vesentlig ansvar for CSR.

⁹ Aust-Agder, Vest-Agder og Hordaland

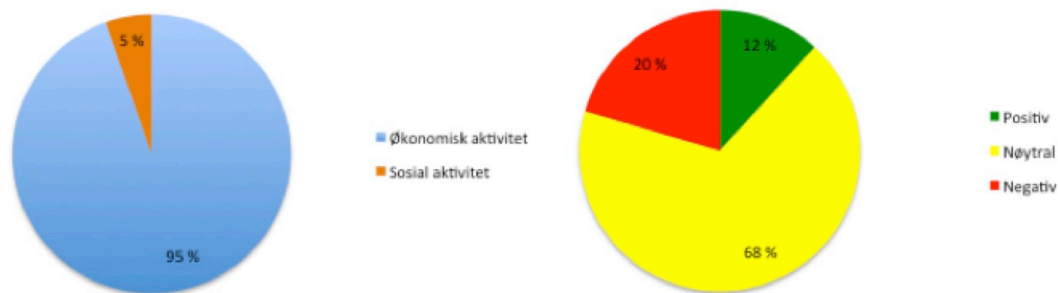
¹⁰ Bergens Tidene og Fædrelandsvennen

At Finanshuset Acta har et svakt omdømme er allerede redegjort for i RepTrak™ Pulse målingen (kapittel tre). Funnene i innholdsanalysen som presenteres i dette kapittelet bidrar til å bekrefte denne vurderingen.

Det svake omdømme skyldes at bedriften i 2008 og utover i 2009 opplevde mye krass kritikk for måten de nærmest hadde presset kunder til å kjøpe en del omstridte såkalte strukturerte spareprodukter. I tillegg til dette var ledende aksjonærer i selskapet involvert i det som ble omtalt som Norges største innsidesak. Bedriften la i 2009 om profilen og endret navn fra Acta til Finanshuset Acta. Selv om de nå forsøker å fremstå som en litt annen bedrift er det tydelig på medieomtalen at hendelsene fra 2008 og 2009 fortsatt er friskt i minne hos interessenter, dette er ikke minst takket være media som fortsatt langt ut i 2010 hadde en flittig dekning av disse tidligere hendelsene.

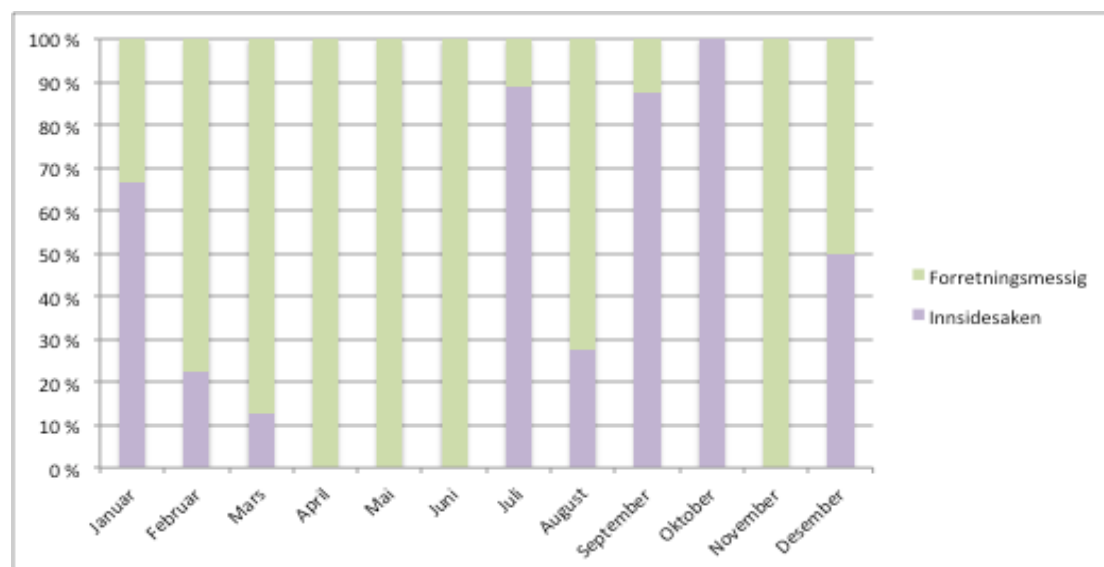
Forretningsmessig har selskapet selv uttalt at ting nå er på bedringens vei, men man ser av mediedekningen de får at de negative sakene fortsatt henger igjen fra tidligere år. Årsrapporten for 2010 (Finanshuset Acta, 2011) viser også at de tydelig sliter fortsatt, dette er særlig tydelig for virksomheten i Sverige. Finanshuset Acta peker selv på omdømme i Sverige som er problem i sin årsrapport (2011, s. 34).

Finanshuset Acta er i likhet med SprareBank1 SR-Bank lokalisert med sitt hovedkontor i Stavanger, men de får en mye mindre dekning fra lokale medier. Kun 31 ganger i 2010 hadde Stavanger Aftenblad nevneverdig omtale av Acta. Nærmest alt som skrives om Finanshuset Acta er knyttet til den økonomiske aktiviteten, kun 5% av artiklene omhandler sosial aktivitet. Dersom hypotesen som ligger til grunn for denne oppgaven viser seg å stemme kan dette ha sin forklaring i at bedriften har et dårlig omdømme og dermed har vanskeligere for å få positiv omtale i media.



Figur 4.6 – Type og tone i omtale Finanshuset Acta

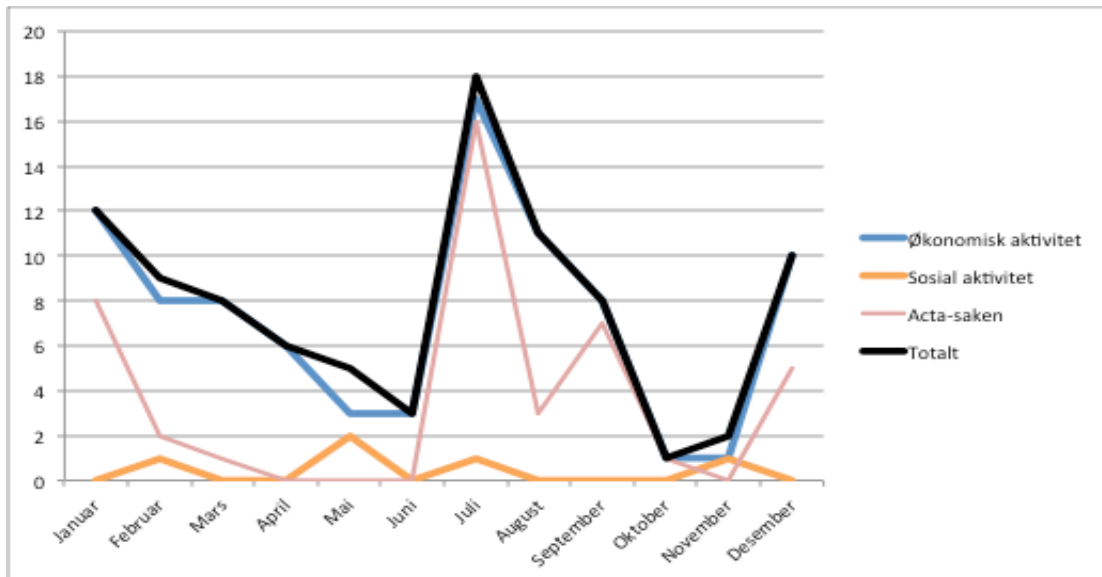
Som diagrammet til høyre viser så fikk Finanshuset Acta i 2010 en betydelig andel negativ omtale. Det aller meste av dette var imidlertid ikke direkte knyttet til aktivitet fra Finanshuset Acta fra 2010, det meste av denne omtalen dreiet seg om innsidesaken fra høsten 2008. Etterforskningen pågikk fortsatt og Acta nevnes hyppig i omtalene av denne saken, selv om det er involverte enkeltpersoner som er fokuset.



Figur 4.7 – Innsidesaken, Finanshuset Acta

De lilla delene av kolonnene viser hvor stor andel av sakene Finanshuset Acta var omtalt i som egentlig handlet om innsidesaken. Etterforskningen av saken ble avsluttet og det ble tatt ut tiltaler i juli måned. Påtalemyndighetene fikk mye kritikk for å

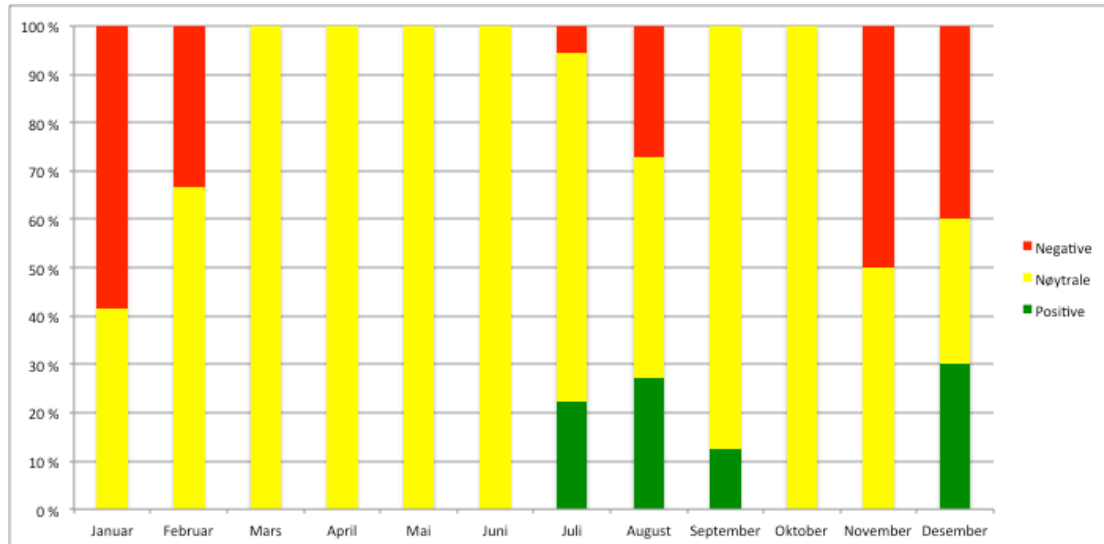
ha overvurdert omfanget av saken, men Finanshuset Acta blir også involvert i en betydelig del negativ omtale gjennom at saken drar ut i media.



Figur 4.8 – Mediedekning Finanshuset Acta, mengde

Det totale omfanget av omtalen Finanshuset Acta fikk er også sterkt preget av innside-saken. I diagrammet er det lagt inn en rosa strek som viser utviklingen av saker om innside-saken, det er tydelig at mot slutten av sommeren og tidlig høst var det så å si kun denne saken som gjør at Acta er synlige i media.

Ser man videre på hvordan tonen i artiklene var blir det tydelig at det meste av den negative omtalen skyldes innside-saken og klager fra kunder i Sverige. Begge sakene er basert på hendelser fra før 2009, men henger fortsatt igjen i mediebildet og er dermed med på å gjøre det vanskelig for Finanshuset Acta å bedre sitt omdømme ovenfor interessenter. Det lille som er å se på av positive hendelser har også sitt opphav i innside-saken. Da tiltalen fra påtalemyndighetene ble redusert og saken fremsto som mindre alvorlig skiftet fokuset i media noe. Oppgaven innehar ikke førstehåndskjennskap til om dette var en bevist strategi fra Finanshuset Acta, men det tilførte et menneskelig element til saken og førte til noen positiv publisitet og sympati i media.



Figur 4.9 – Vinkling i media, Finanshuset Acta

Totalt sett oppleves innholdsanalysen som et mareritt for Finanshuset Acta. Omtalen er i stor grad knyttet til hendelser de selv i stor grad har lagt bak seg. Selskapet har gjennomgått en endring hvor de har byttet både ledelsen og forretningspraksis (Finanshuset Acta, 2010), men gamle saker henger fortsatt igjen og skaper dårlig omtale som bidrar til at det antagelig vil beholde sitt svake omdømme også videre inn i 2011.

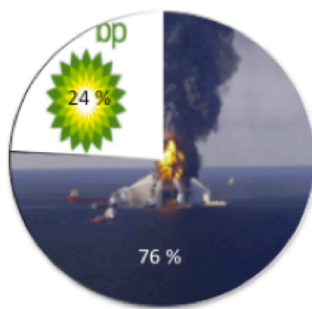
Selv om Acta er lokalisert med lokal forankring i Stavanger så får de ikke den samme sympatien i lokale medier som SpareBank1 SR-Bank, dette kan nok i stor grad legges til at de er en bedrift som tydelig profilerer seg med og jobber hardt for å få frem at de er til for hele Norge og Norden. Dette kombinert med en kortere tradisjoner i Rogaland enn hva for eksempel SpareBank1 SR-Bank kan vise til er nok med på å gjøre at de får lite generell mediedekning og lite positiv mediedekning både lokalt og nasjonalt. Finanshuset Acta når heller ikke ut med et konsistent budskap om at de har lagt problemene bak seg. Sammen med en relativt svak synlighet, både i form av rene medieoppslag, men også lite CSR engasjement og mangelen på et tydelig hjemmemarked gjør det vanskelig å bedre omdømmet.

4.3 BP

BP regnes som ett av de fire største oljeselskapene i verden. Bedriften har siden 1974 vært etablert i Stavanger med eget kontor for sin norske virksomhet. BP er det eneste av bedriftene som er vurdert i denne oppgaven som ikke er lokalisert med hovedkontor i Norge.

BP sier selv de skal være en *progressiv, nyskapende, ansvarlig og prestasjonsdrevet* organisasjon i Norge. Disse verdiene er felles for hele BP og er dermed ikke utviklet spesielt rettet mot norske forhold. Verdiene inkluderer en forpliktelse fra BPs side om å ivareta sikkerheten og utvikle ansatte og lokalsamfunn i områder hvor de har aktivitet (BP, 2010).

Viktigheten av national heritage blir tydelig gjennom medieomtalen av BP. Bedriften



Figur 4.10 – Mexicogolfen, andel

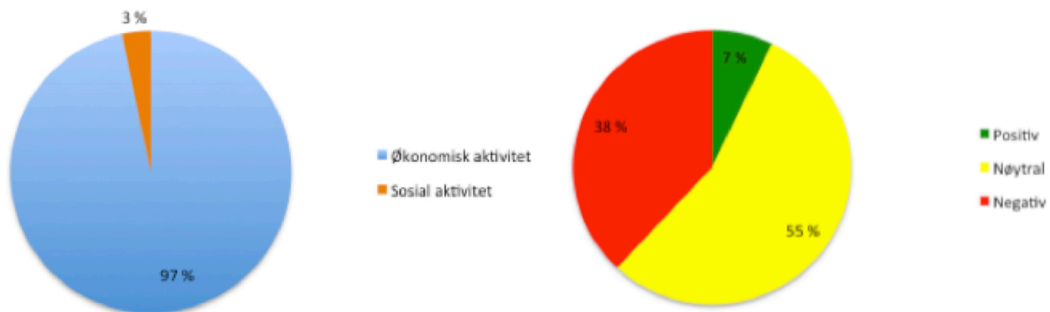
får svært lite oppmerksomhet for forhold utover den rene økonomiske aktiviteten, kun 3% av omtalen er om sosial aktivitet. BPs synlighet i Norske aviser i 2010 skyldes i stor grad oljeutslippene i Mexicogolfen, som fikk enorm oppmerksomhet verden over. En rask titt på mediedekningen fra 2009 viser at det er 240 oppslag som nevner BP, før artiklene er sortert. Basert på erfaringen fra sorteringen av data for 2010 tilsier dette noe slik som 7-12 oppslag pr. måned, noe som også stemmer med den oppmerksomheten BP fikk før og etter oljekatastrofen. Hele året under et viser at hele 76% av oppslagene BP hadde i Norske medier i 2010 handlet om oljeutslippene i Mexicogolfen.

Gjennom den informasjonen som fremkommer i media og gjennom bedriftens hjemmeside kan det virke som om de ikke føler samme forpliktelse for sosialt engasjement som de norske bedriften gjør. En aktiv CSR rolle er ikke en prioritert strategi for virksomheten i Norge. Hovedkontoret ligger i London og en rask titt på

de internasjonale nettsiden tilsier at konsernet er engasjert i en del aktiviteter som kunne ført til "sosial-spalteplass" i norske aviser, men nyhetsverdien av dette virker ikke å være den samme når det hele styres fra London. I følge nettsiden har BP Norge noe CSR aktivitet opp mot skole, utdanning og trafikkikkerhet, men omfanget av dette synes ikke å være stort og det kommer ikke frem i mediebildet fra 2010.

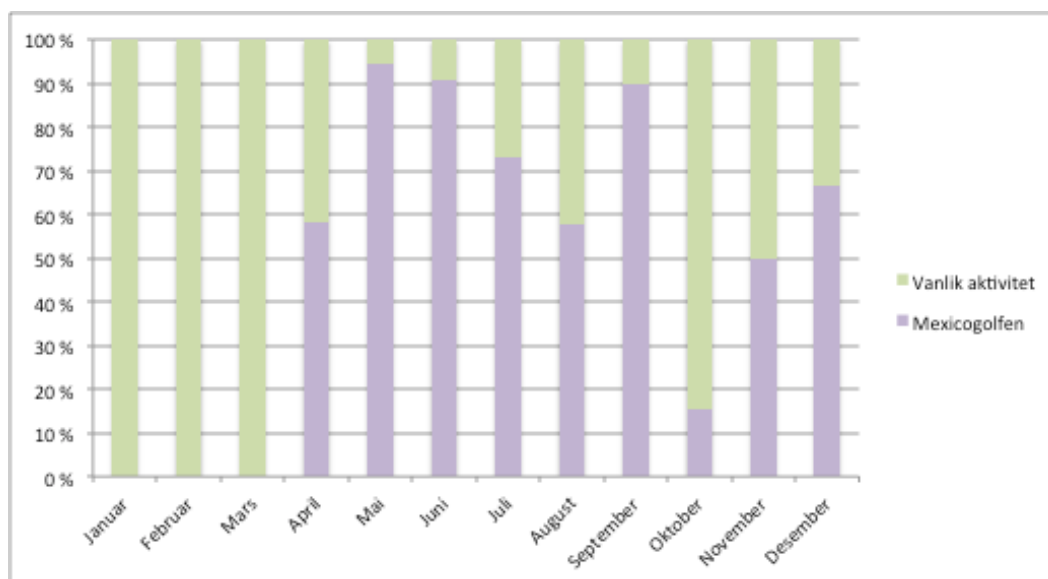
BPs omdømme er målt til middels på UK RepTrak™ Pulse målingen fra 2010, denne verdien skal være overførbart til norske forhold og plasserer dem omtrent på nivå med Telenor, Storebrand og Nordea på den norske målingen fra 2010. I BPs internasjonale konsernrapport (2011) omtales omdømmerisiko i noe grad, men da i forbindelse med at dette ble sterkt svekket som en følge av oljeutslipp i 2010. Det er ikke publisert noe detaljer for hva som gjøres fra BPs side for å håndtere dette.

Innholdsanalysen viser at hele 38 % av alle medieoppslagene om BP var av negativ karakter, dette gir grunnlag for å forvente svekket omdømme for BP når nye målinger utføres etter 2010.



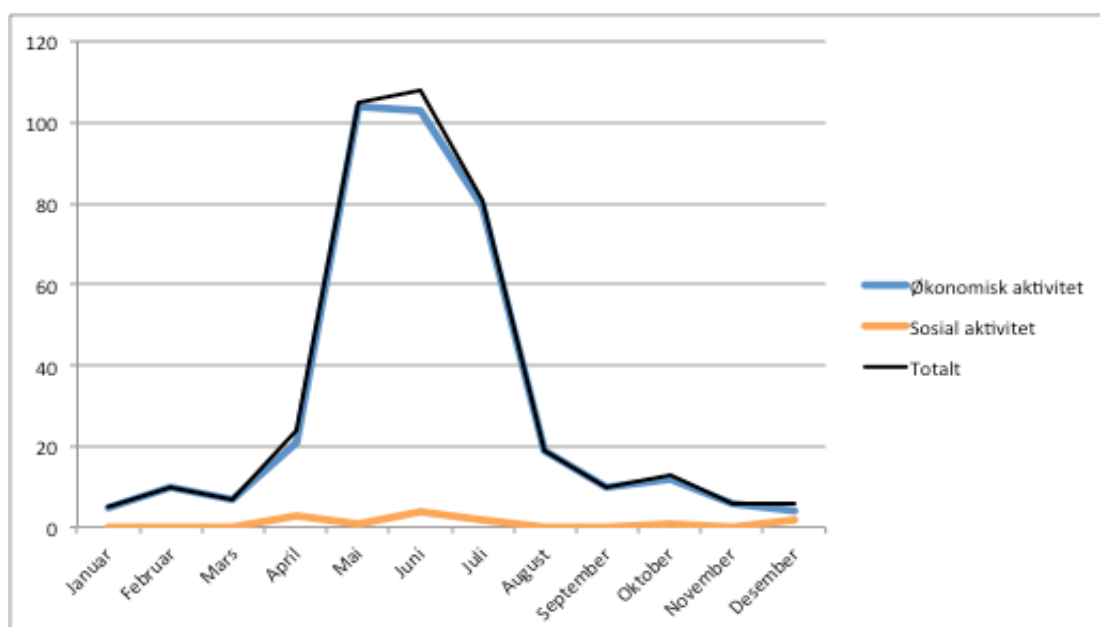
Figur 4.11 – Type og tone i omtale BP

Ulykken i Mexicogolfen fikk naturlig nok mye plass i landsdekkende aviser, denne omtalen kan vanskelig karakteriseres som annet en negativ. Store presseoppslag med olje som truer med å ødelegge enorme landområder, selv langt borte fra Norge. Bryter man ned tallen ser man at omfanget av omtale BP fikk eksploderte under oljekatastrofen (jf. Figur 4.13). Diagrammet under viser hvor stor andel av den totale omtalen som handler om Mexicogolfen, søylene gir et entydig bilde, dette var det store fokuset sommeren 2010.



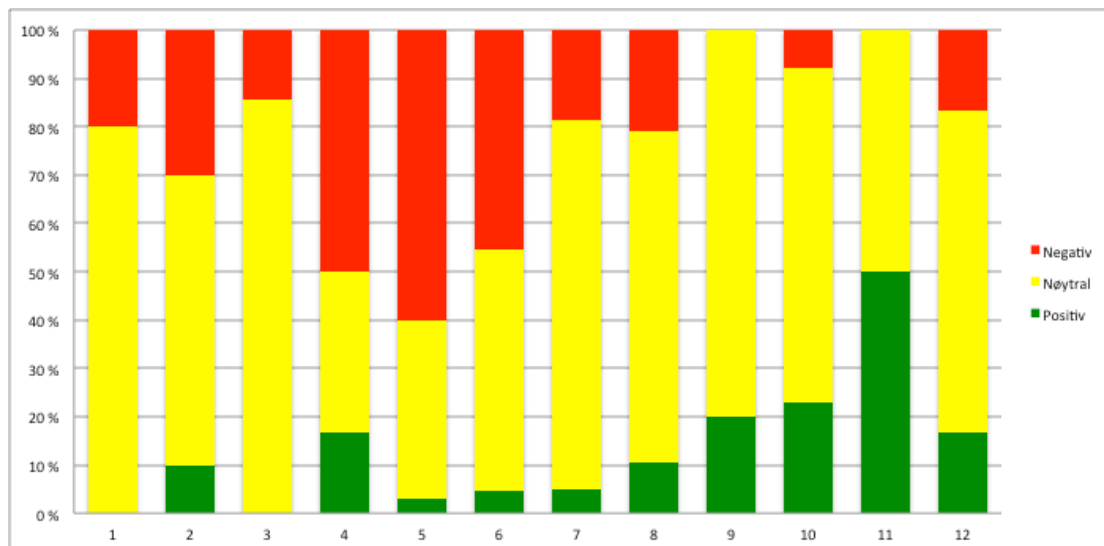
Figur 4.12 – Mexicogolfen, mengde

Den første indikasjonen på at det var problemer dukket opp i Norske medier i form av en liten notis i Aftenposten 23. april, etter dette gikk det fem dager før det hele eksploderte. På det verste, da BP etter gjentatte forsøk fortsatt ikke klarte stoppe utslippene og i tillegg kom med en del rufsete uttalelser, hadde BP over 100 relevante oppslag i måneden, noe som grafen under tydelig viser at er helt ekstreme mengder for bedriften i Norge.



Figur 4.13 – Mediedekning BP, mengde

Dersom man videre ser på tonen i den omtalen BP fikk er denne nærmest entydig negativ i hele første halvdel av 2010. Gapet mellom positiv og negativ omtale, som er med på å avgjøre hvor stor skade oppsalgene kan vil påføre bedriftens omdømme (Eccles, Newquist, & Schatz, 2007) er tydelig negativt. Over 50% negative oppslag over en 3 måneders periode vil trolig sette tydelige spor i form av svekket omdømme. Mot slutten av året kommer det en del oppslag i mediene som er vurdert som positive, noen av disse kan knyttes til at oljenæringen tar BP litt i forsvar, andre kan relateres til at BP endelig når ut med et annet budskap en oljekatastrofe i Mexicogolfen.



Figur 4.14 – Vinkling i media, BP

I vurderingen av medieomtalen av BP har det vært viktig at alt som skrives om Mexicogolfen ikke nødvendigvis trenger karakteriseres som negativ omtale. Etter en periode med mye negative oppslag virker det på medieomtalen som om terskelen for hva som er negativt ble noe hevet. Medieoppslag presentert med bilder av oljeplattformer i brann, fugler som er dekket av olje og industrier som frykter for levebrødet er imidlertid ikke mulig å karakterisere som annet enn ensidig negativt. Mot slutten av katastrofen kan det virke som om journalister i norske aviser nærmest har gitt opp BP, når det endelig går mot en slutt på problemene får BP en

del positivt vinklet saker, selv om innholdet ikke nødvendigvis burde tilsi at det er mer enn en opplysning om forretningsmessige forhold. Dette kan være en medvirkende faktor for den forholdsvis store andelen positive oppslag mot slutten av året.

I forhold til definisjonen av omdømmerisiko er det tydelig at BPs utfordring er tillit blant interessenter til hvor vidt ledelsen viser evne til god virksomhetsstyring. Håndteringen av oljekatastrofen blir grundig dekket og kritisert i media.

Vurderes denne mediedekningen på samme måte som for andre bedrifter skulle man forvente et samsvar mellom BPs middels gode omdømme om mediedekningen, denne sammenhengen synes ved første øyekast ikke å eksistere. En negativ enkelthendelse er med på å skape betydelige mengder negativ oppmerksomhet og medfører at hypotesen om at det er en sammenheng mellom omdømmet og medieomtalen ikke ser ut til å stemme. Dette indikerer at omdømmet til BP endrer seg gjennom året og viser viktigheten av å følge med på dette. (Eccles, Newquist, & Schatz, 2007) Den omtalen BP får i media utvikler seg i en retning som tilsier at omdømmet ligner mer på en bedrift med et dårlig omdømme, slik som Finanshuset Acta.

4.4 Statoil

Statoil er Norges desidert største bedrift og er involvert i aktivitet over hele landet, bedriften får derfor mye omtale i Norske aviser. Nærmest alle har en lokal "statoil-sak" som får oppmerksomhet. Adresseavisen i Trondheim er opptatt av Skarv, Bergens Tidende er opptatt av Mongstad, Troll og Gullfaks, Nordlys er opptatt av utbygging av Lofoten og Vesterålen, og Stavanger Aftenblad som holder til i samme by som Statoils hovedkontor virker å være generelt interessert i å skrive om olje, gass og energi. Statoil favner bredt og gjennom leverandørkontakter bli også mange bedrifter og individer påvirket av hva Statoil gjør. Dette, kombinert med at Statoil, i likhet med SpareBank1 SR-Bank er leder på sitt felt, gjør at de får profilering

gjennom at de kommenterer en del saker som i utgangspunktet ikke omhandler dem, gir jevnt over mye mediedekning.

Statoil bygger på verdiene *modig, åpen, tett på og omtenkksom* (Statoil, 2011e). Selv om de ikke er like tydelige som SpareBank1 SR-Bank i si at de er til for å skape verdier for regionen de er en del av, så påtar de seg gjennom uttalelser på nettsiden en vesentlig rolle innen CSR og er opptatt av å skape lokale ringvirkninger der de er aktive (Statoil, 2011c). Statoils størrelse og antallet ansatte og leverandører over hele Norge kan være en medvirkende faktor det gode omdømmet. Svært mange utenforstående parter har interesse av at Statoil skal gjøre det bra, dette kan bidra til å styrke omdømmet.

Statoil sitt omdømme har forbedret seg år for år som tabell 3-1 viser og bedriften kommer bra ut på omdømmemålingen. Selv om omdømme ikke er eksplisitt omtalt i årsrapporten, har de etablert en egen støtteavdeling viss oppgave er å beskytte og styrke bedriftens omdømme i arbeidet med å nå de strategiske mål for selskapet, slik at dette er trolig allikevel godt i vare tatt (Statoil, 2011b). Bedriften er flink til å profilere seg som en ansvarlig aktør på norsk sokkel og som en trygg arbeidsgiver for sine ansatte. De blir også belønnet for det arbeide som gjøres ved at de år etter år blir kåret til Norges mest attraktive arbeidsgiver (Universum, 2011).

Det er i innholdsanalysen valgt å utelate omtale som omhandler Statoil Fuel and Retail, som ble skilt som eget selskap i løpet av 2010, likevel er Statoil nevnt hele 4 348 ganger i 2010. Av alle disse sakene er det 858 som er vurdert til relevante nok innholdsmessig til å utgjøre grunnlag for denne analysen. 86% av disse, eller 737 artikler er knyttet til den økonomiske driften av Statoil. De siste 14% av artiklene omhandler sosiale tiltak som Statoil bidrar med, eller forhold rundt arbeidsmiljøet på Statoil. Den mest tydelige enkeltstående tiltaket blant disse synes å være bidrag fra Statoil til kulturlivet, et bidrag som gjøres som en del av bedriftens CSR aktivitet,

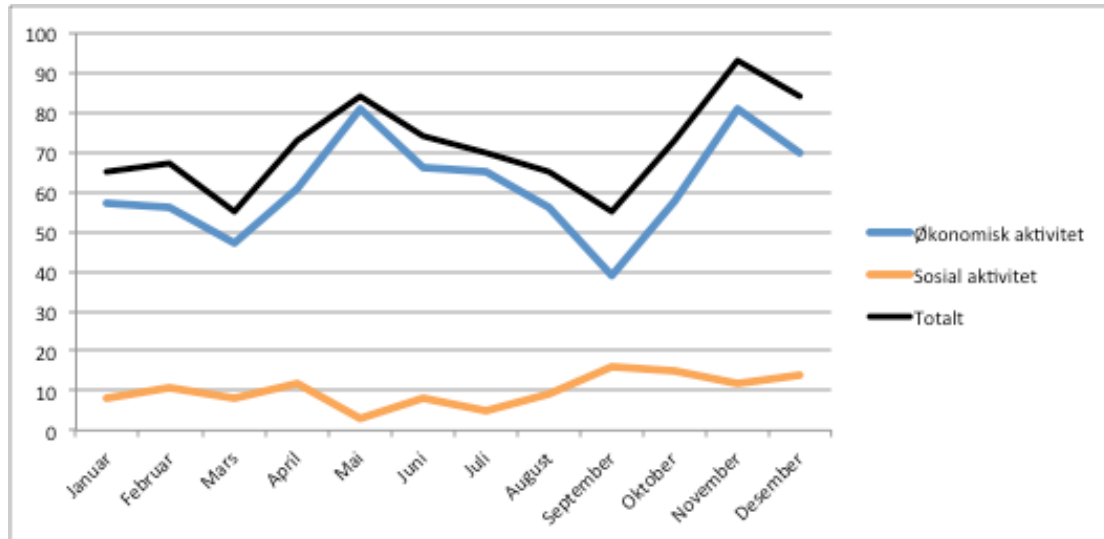
særlig Statoils pris til unge musikere (by:larm) fikk en del, både positiv og negativ oppmerksomhet i løpet av 2010.



Figur 4.15 – Type og tone i omtalen, Statoil

Dersom man videre ser på tonen i omtalen av Statoil så er det mer negativ omtale å finne enn positiv. Dette er et urovekkende signal for Statoil og kan, dersom det eksisterer en sammenheng mellom omdømme om medieomtalen, være en indikasjon om at omdømmet vil være svekket i når det gjøres nye målinger ved utgangen av 2010.

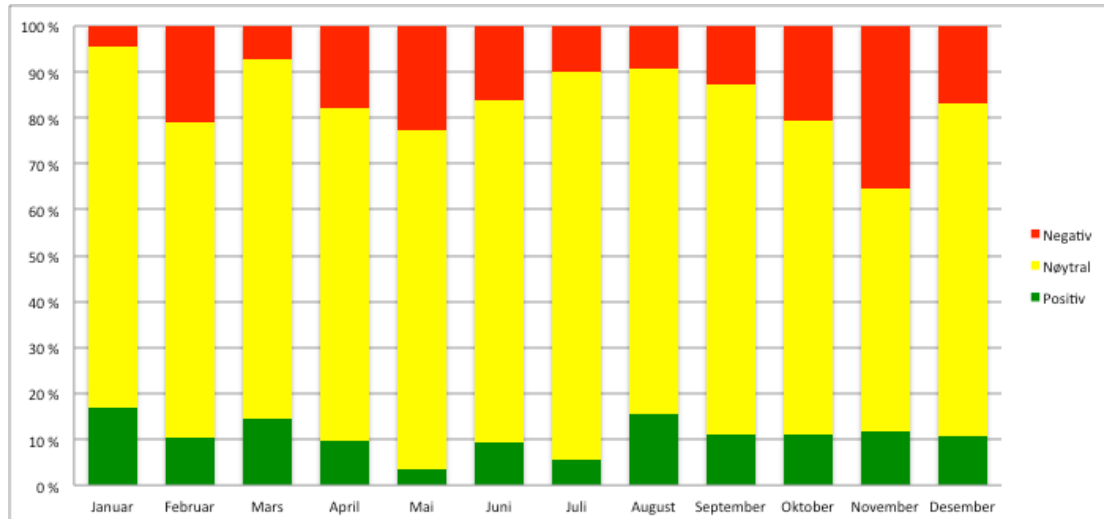
Den totale omtalen av Statoil i mengde er mye større enn for de andre bedriften som er analysert, noe av årsaken til dette er pekt på innledningsvis. I motsetning til Finanshuset Acta og BP hadde Statoil imidlertid ingen store enkelthendelser om preget mediedekningen over lenger tid. Grafen i figur 4.16 viser at omtalen svinger noe gjennom året.



Figur 4.16 – Mediedekning Statoil, mengde

En av disse sakene var problemer med en oljebrønn på Gullfaks C. Problemene oppsto allerede mot slutten av 2009 og varte til langt inn i 2010. Det mest alvorlige hendelsen fant sted 19. mai 2010 (Statoil, 2010), samtidig som BPs oljeutslipp i Mexicogolfen var på det verste. Gjennomsiktig og konsistent kommunikasjon i saken gjorde at Statoil slapp relativt billig unna med tanke på negativ omtale. Også andre saker, som Statoils inntreden i oljesand-prosjekt i Canada, samarbeid med diverse utenlandske selskaper blant annet i Burma, Aserbajan og Iran og uklarhet om CO₂ rensing ved gassanlegget på Mongstad førte til en del omtale gjennom året. Disse sakene er imidlertid ikke tydelige nok til å prege mediedekningen slik som man ser for Finanshuset Acta og BP.

Figur 4.17 viser at Statoil får mer negativ enn positiv omtale i et flertall av årets måneder. Dette bryter med forventningene som hypotesen bygger på. Mest tydelig er den negative omtalen mot slutten av året, noe som kan indikere at omdømmet faller noe. Omfanget av den negative omtalen kan skyldes at bedriften har en strategi hvor de sier de skal være en ansvarlig aktør, men ikke helt klarer å fremstå i tråd med dette. I oljeindustrien på norsk sokkel fremstår de som flinke, men på nye satsningsområder som oljesand og skifergass får de en del kritikk for å ikke opptre like ansvarsfullt.



Figur 4.17 – Vinkling i media, Statoil

Går man inn å ser på de negative sakene gjennom perioden ser man at tabloid presse som VG og Dagbladet er tydelig delaktige i den negative omtalen. VG hadde våren en periode hvor de var kritiske til Statoils lobbyvirksomhet for oljevirkosomhet i Lofoten og Vesterålen. Dagbladet på sin side lagde store oppslag og mye bråk av omstillingsprosessen av Statoil høsten 2010. Statoils posisjon som Norges største bedrift gjør også at tabloide aviser har interesser av å lage oppslag av kritikkverdige forhold, mange har interesse av å lese om det og det selger dermed aviser.

Summen av dette gjør at Statoil fort kan bli straffet med svekket omdømme når de først er fremme i mediebildet. Medieanalysen viser at når det først er en hendelse av negativ karakter hvor Statoil er involvert, så er nyhetsverdien av dette så stor at den får oppslag i det fleste aviser. Vanlig (nøytral) aktivitet blir i større grad dekket av aviser som har lokal interesse av saken. Statoil har en tydelig nyhetsverdi i form av å være Norges største bedrift, dette synes å ha en forsterkende effekt på de negative oppslagene. Det er også verdt å ta med seg at selv om det er noen konkrete hendelser som får mye negativ oppmerksomhet, så får Statoil en generell strøm av positiv omtale. Denne omtalen bærer preg av at selv om man gjerne er kritisk til noe av det som gjøres, så har Statoil en viktig rolle i lokalområdene hvor de har aktivitet. Mye av omtalen har utspring i strategisk CSR-arbeid fra Statoils side, hvor de bevist

bidrar til både dirket sponing og kontrakter i mange-millionersklassen som skaper aktivitet i lokalt næringsliv.

Omdømmet Statoil har i utgangspunkt kan bidra til at de når ut med "gladsakene" og dermed får den positive omtalen man forventer å finne av en bedrift med et omdømme som Statoil. Mens bedriften samtidig i form av å inneha den rollen de har i det Norske samfunnet må forholde seg til ekstra høye forventinger for hvordan de skal opptre og blir straffet deretter når negative hendelser oppstår.

Et punkt det er verdt å merke seg i en diskusjon rundt Statoil, men som så langt ikke er påpekt tydelig, er den unike posisjonen de har. Statoil er Norges største og viktigste bedrift og har den Norske stat som eier. En arbeidsplass i Statoil anses like sikker som en statlig arbeidsplass, for ingen kan tenke seg en situasjon hvor Statoil slutter å eksistere i sin nåværende forstand. Statoil har ca. 26 000 leverandører, som totalt mottar i overkant av 100 milliarder kroner på verdensbasis (Statoil, 2011d), en betydelig andel av dette legges igjen i Norge. Dette gjør at mange er avhengige av Statoil, i større grad enn at Statoil er avhengig av dem. Mange har derfor økonomiske insentiver til å like Statoil, gjennom den rollen de har som lokomotiv for Norsk næringsliv.

5 Diskusjon

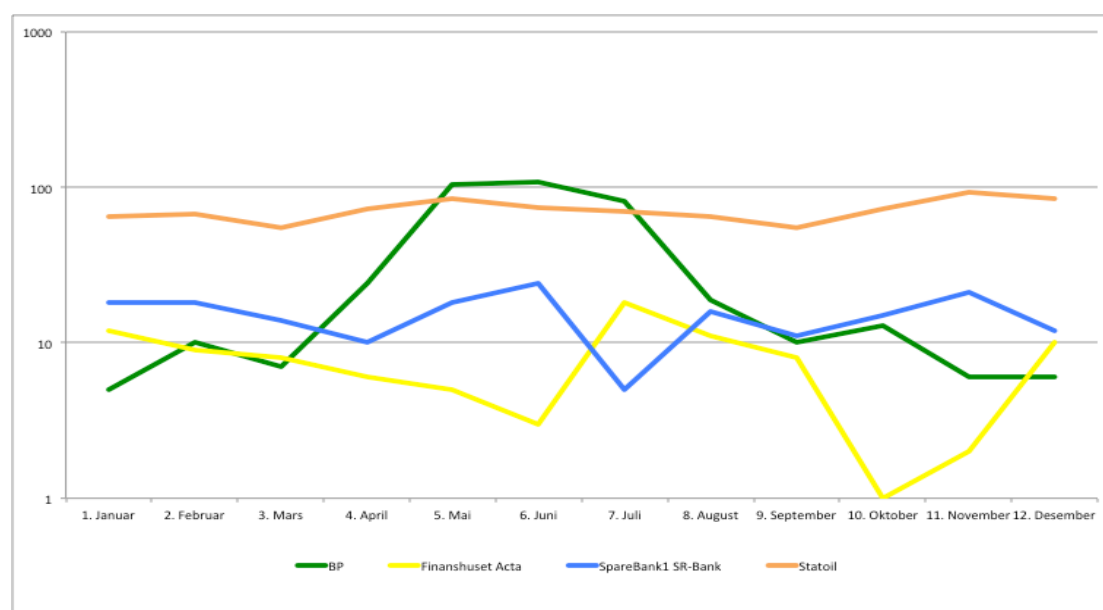
Videre i oppgaven følger en nærmere diskusjon hvor det ses på hvordan de ulike bedriftene blir omtalt i forhold til hverandre. Formålet er å avdekke sammenhenger mellom den medieomtalen bedriftene fikk gjennom året og omdømmet de i utgangspunktet hadde. Deretter ses det på hvordan bedriftene opptre i forhold til Fombrun og van Riels (2004) suksesskriterier, *The Roots of fame* som ble presentert i 2.4 og hvordan bedriftene opptre i samfunnet. Dette gjøres for å se om det er andre faktorer som kan være med på å påvirke det omdømmet bedriftene ender opp

med på målingen som er utført etter 2010. I kapittel seks presenteres resultatene fra RepTrak™ Pulse 2011 og funnene i oppgaven ses i en sammenheng med hvordan bedriftene kommer ut på målingen.

5.1 Medieomtale mot omdømme

Fra omdømmemålingen i 2010 vet man at Statoil og SpareBank1 SR-Bank har det sterkeste omdømmet, foran BP og med Finanshuset Acta som omdømmetaper med et svakt omdømme. Mediedekningen er presentert for hver enkelt bedrift i kapittel fire. Videre følger en sammenlignende gjennomgang med ytterligere kommentarer av mediedekningen de ulike bedriftene fikk og dette ses i sammenheng med omdømmet som utgjør utgangspunktet for bedriftene.

Grafen under er en logaritmisk fremstilling av medieomtalen de ulike bedriftene fikk i 2010, fordelt på måneder. Antallet ganger de er nevnt med relevante artikler i media gir ett godt bilde på hvor synlige de har vært, en logaritmisk fremstilling av dette gjør det enklere å se på svingningene i forhold til hverandre. Faktiske tall er presentert under hvert enkelt case, en sammensatt graf av disse ligger vedlagt.



Figur 5.1 – Sammenligning, variasjon i omtalen

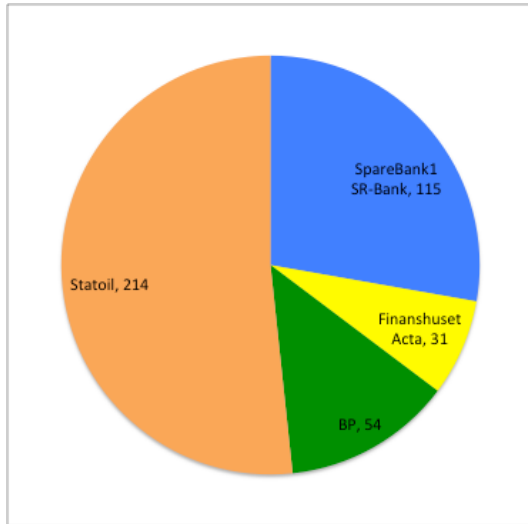
I utgangspunktet er det mest interessant å sammenligne Statoil og SpareBank1 SR-Bank (oransje og blå linjer), da dette er bedrifter som hadde omtrent likt omdømme som utgangspunkt. Grafen viser at begge bedriftene får en relativt jevn strøm av omtale gjennom hele året. Innholdsanalysen viser også at disse to bedriften får en jamn andel positiv omtale gjennom året. Statoil får naturlig nok mer omtale, siden denne bedriften er av nasjonal interesse, mens SpareBank1 SR-Bank er geografisk begrenset i sitt forretningsområde.

Sammenligner man bedriftene med godt omdømme mot Finanshuset Acta (gul linje), som er en bedrift med svakt omdømme, synes det som om Finanshuset Acta er mye mer sårbare og opplever større svingninger i omtalen. Finanshuset Acta er mindre enn de andre bedriftene, man kan derfor ikke forvente at de skal få en like tett mediedekning som Statoil. For en tilbyder av tjenester er det, som påpekt helt innledningsvis i oppgaven, viktig å ha et godt omdømme. Innholdsanalysen viser at Finanshuset Acta sliter med å komme seg ut av tidligere problemer og dermed heller ikke klarer styre omtalen over til en positiv vinkling.

Videre er det en interessant faktor å se om det eksisterer likheter mellom bransjene. SpareBank1 SR-Bank og Finanshuset Acta hører begge til bank- og finansbransjen. Medieomtalen de får viser her en relativt lik utvikling i årets tre første måneder. Mens SpareBank1 SR-Bank fortsatte en jevn trenden gjennom hele året ser man tydelige svingninger i omtalen for Finanshuset Acta, som påpekt i kapittel 4.2 skyldes disse svingningene man ser i stor grad omtalen innside-saken fikk i media.

For de to bedriftene i olje-, gass- og energibransjen er det tydelig at Statoil er på et helt annet nivå i omtale og synlighet. Ser man i innholdsanalysen på den omtalen BP fikk i januar-mars og september-desember, det vil si før og etter alt dreide seg om oljekatastrofen i Mexicogolfen, omtalen ligger da på et stabilt nivå mellom Finanshuset Acta og SpareBank1 SR-Bank. Dette virker å være "den naturlige

omtalen” for BP, det vil si omtale uten en ekstremhendelse som oljeutslippet i Mexico. Avviket fra dette skyldes i sin helhet oljekatastrofen i Mexicogolfen.



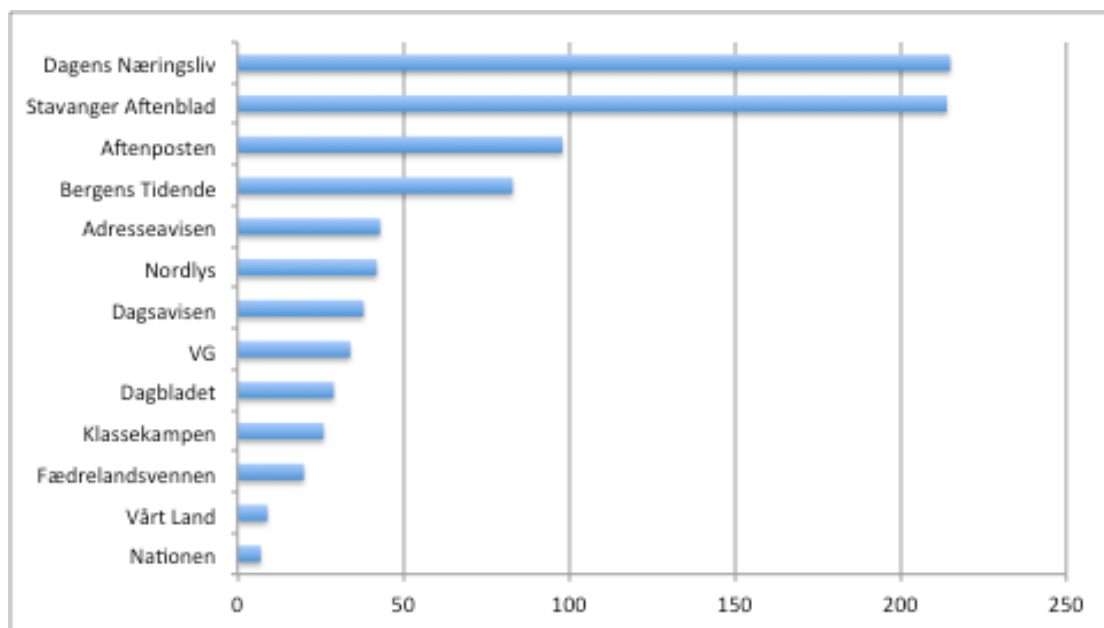
Figur 5.2 – Fordelt omtale i Stavanger Aftenblad

Videre kan man bryte ned medieomtalen, for å se hvordan de valgte bedriftene omtales i en avis. Alle bedriftene er lokalisert med hovedkontor i Stavanger, og det er derfor naturlig å velge ut Stavanger Aftenblad som den avisen det ses nærmere på. Resultatet av dette er vist i diagrammet til venstre. Dette viser at Statoil, som også er den desidert største bedriften, får like mye omtale i lokalt media i Stavanger som alle de tre andre til

sammen. Det er verdt å merke seg av BP, som er et betraktelig større selskap og har et bedre omdømme enn Finanshuset Acta, ikke får vesentlig mer omtale, på tross av at de synes å ha dominert mediebildet sommeren 2010. Dette bidrar til å bekrefte at suksesskriteriet ”national heritage” (Fombrun & van Riel, 2004) er viktig for å være synlige i media.

Ikke uventet dekker avisene saker som er av lokal betydning for dem tettere. Dette er med å bidra til at SpareBank1 SR-Bank får så tett dekning som de gjør lokalt i Stavanger Aftenblad. Banken har et godt omdømme og en sentral rolle som den ledende banken i Rogaland, nyheter knyttet til dens virksomhet angår derfor mange interessenter i denne regionen. De samme tendensene finner man hos Statoil, men forskjellen her er at Statoil er et nasjonalt selskap som får mye oppmerksomhet ut over Rogalands grenser. En annen medvirkende faktor til dette er selvsagt beviste strategiske valg bedriften gjør. De ønsker å være synlige i sine satsningsområder og går derfor aktivt inn og fører media med informasjon, noe av dette blir plukket opp og gir dem oppslag i media. Statoil og SpareBank1 SR-Bank er tydelige på at de

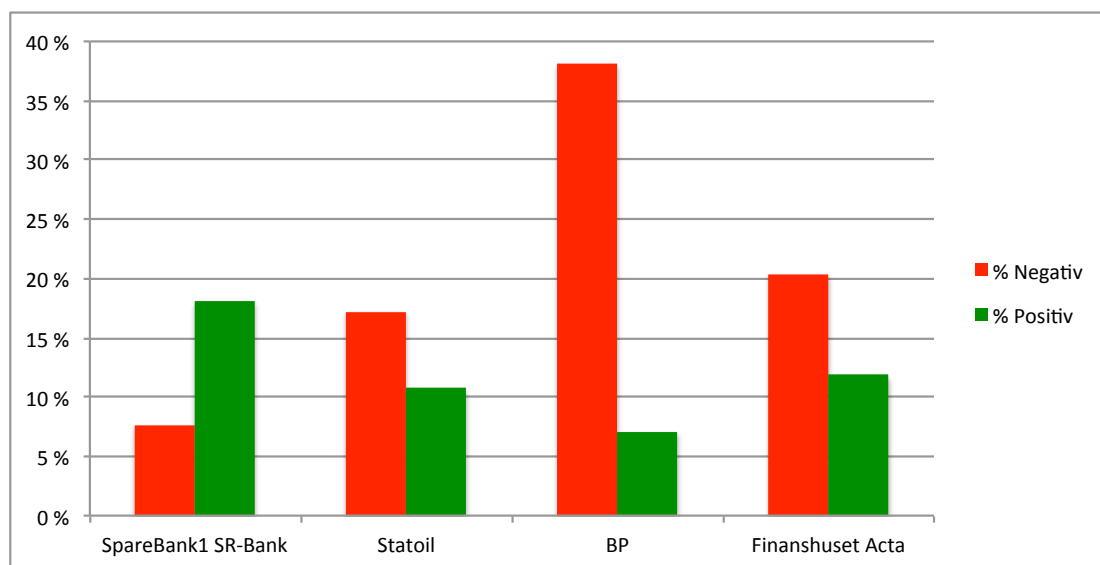
jobber aktivt med sitt omdømme og det ser man igjen ved at de får mye omtale i media. Diagrammet under viser fordelingen av omtale av Statoil mellom de ulike avisen. Det er tydelig at Dagens Næringsliv og Stavanger Aftenblad har den desidert tetteste deknningen av nyheter om Statoil. Dette vil også være naturlige kanaler Statoil ønsker å nå ut til interessentene i. De når ut til investorer og bedriftsledere over hele landet gjennom Dagens Næringsliv og til ansatte og leverandører i Rogaland, hvor de har hovedkontor, gjennom Stavanger Aftenblad.



Figur 5.3 – Total omtale fire bedrifter, fordelt på avis

Figur 5.4 viser en prosentvis fordeling av den positive og negative omtalen de ulike bedriften fikk i 2010, figuren viser den totale mediedekningen. Fra denne kan man se at SpareBank1 SR-Bank får mest positiv omtale, med 18%, videre følger Finanshuset Acta (12%), Statoil (11%) og til slutt BP med 7% positiv omtale. Ser man på den negative omtalen fikk BP mest negativ omtale med 38% foran Finanshuset Acta og Statoil på henholdsvis 20% og 17%. SpareBank1 SR-Bank kommer best ut med kun 8% negativ omtale. Sett i sammenheng med omdømmet de ulike bedriftene har, så ser man at SpareBank1 SR-Bank har et bra omdømme og får mye positiv og lite negativ omtale. Statoil, som også hadde et godt omdømme, får relativt mye negativ

omtale. Mye av denne omtalen skyldes negativ mediedekning av avtaler som Statoil tidligere år inngikk i Nigeria (februar), fokus på oljesandprosjektet i Canada (april-juni), utslipp ved Gullfaks C (mai) og omstruktureringen av ledelsen høsten 2010 (oktober-november). Disse er omtalt tidligere i oppgaven og vurdert dit hen at de ikke er alvorlige nok til å regnes for annet enn en konsekvens av at Statoil er en så stor bedrift som de er.

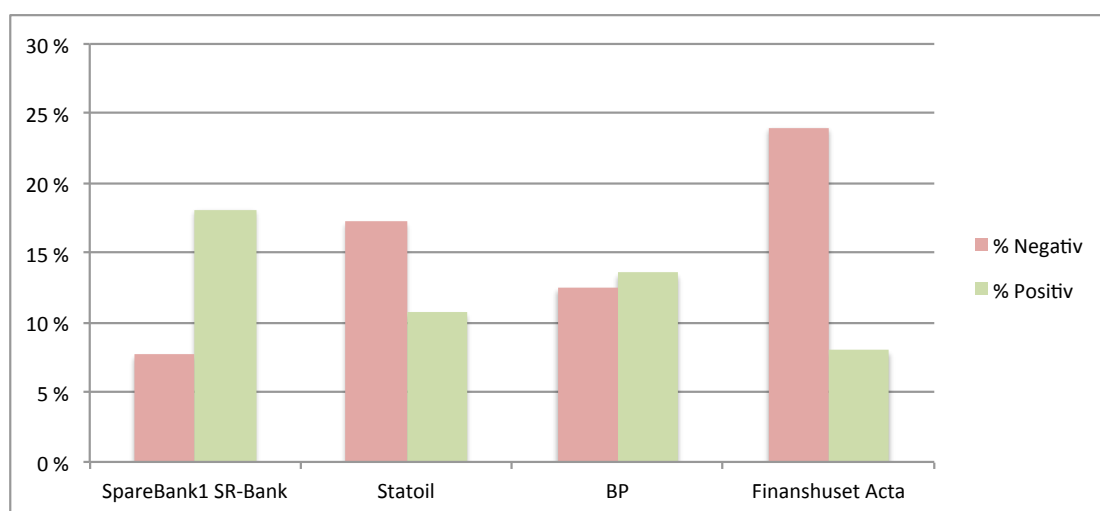


Figur 5.4 – Prosentvis tone i mediedekning

Innholdsanalysen og figur 5.4 viser nå et bilde som i bryter med hypotesen om at det er en positiv sammenheng mellom omdømmet og omtalen bedriftene får. BP og Statoil får mer negativ omtale enn hva omdømmet skulle tilsi. Selv om Finanshuset Acta får mye negativ omtale, så får de også en betydelig andel positiv omtale, noe som ikke er som forventet for en bedrift med et svakt omdømme i utgangspunktet. For SpareBank1 SR-Bank stemmer omtalen imidlertid bra med det som er å forventet av en bedrift med et godt omdømme.

Tidligere i oppgaven er det påpekt at både BP og Finanshuset Acta har tydelige enkelthendelser som preger mye av mediedekningen de fikk gjennom året, dette er i figuren 5.3 særlig tydelig for omfanget av den negative omtalen BP fikk. BPs

utgangspunkt var et middels godt omdømme, ut fra den tendensen til sammenhengen mellom omdømme og medieomtalen man ser for SpareBank1 SR-Bank skulle man da vente seg at BP fikk mer positiv omtale. For å få et litt annet bilde av medieomtalen vil det derfor være relevant å filtrere bort de tydelige negative enkelthendelsen. Gjør man dette for BP og Finanshuset Acta, som hadde de tydeligste enkelthendelsene som preget media, får man et annet bilde av tonen i medieomtalen.

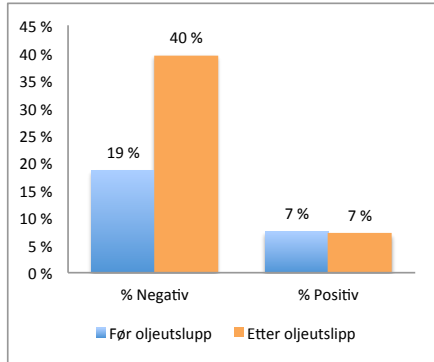


Figur 5.5 – Prosentvis tone i mediedekning, filtrert

Grafen viser nå at Finanshuset Acta, som hadde det dårligst omdømmet som utgangspunkt, får tydelig mest negativ omtale (med 24%). For Statoil og SpareBank1 SR-Bank er det ikke filtrert bort noe slik at disse får fortsatt samme resultat. BPs middels gode omdømme bli mye mer tydelig her ved at andelen positiv og negativ omtale nå nesten er lik (på henholdsvis 14% og 13%).

Dette viser tegn på at det er en sammenheng mellom den grunnleggende omtalen bedriftene får, sett bort fra de tydelige negative hendelsene, og det omdømmet bedriftene har i utgangspunktet. Enkelthendelser som preger media kommer på toppen av all den andre omtalen, for BP sin del er denne nærmest entydig negativ, man kan vente seg at bedriftens omdømme vil bli svekket i løpet av året.

Innholdsanalysen viser også tegn til at omdømmet er dynamisk. Media tilpasser seg ny informasjon om omtaler bedriften ut fra dette. Det kan være en årsak til at BP og



Figur 5.6 – BP før og etter Mexico

Statoil får mer negativ omtale enn omdømmet skulle tilsi og Finanshuset Acta får mer positiv omtale. For BP sin del vet man at da omfanget av oljekatastrofen ble klart fikk omdømmet en umiddelbar "knekke" (Schoenfeld & Gates, 2010). et er derfor interessant å se på forskjellen i omtalen før og etter oljeutslippene ble kjent i media, det vil si før og etter 21. April 2010. Man ser da at BP fikk 40% negativ omtale etter

oljeutslippet, mot 19% før. Selv 19% negativ omtale før oljeutslippet er mer enn forventet for en bedrift med et middels godt omdømme, en mulig feilkilde til dette kan være at datagrunnlaget fra de første månedene er lite.

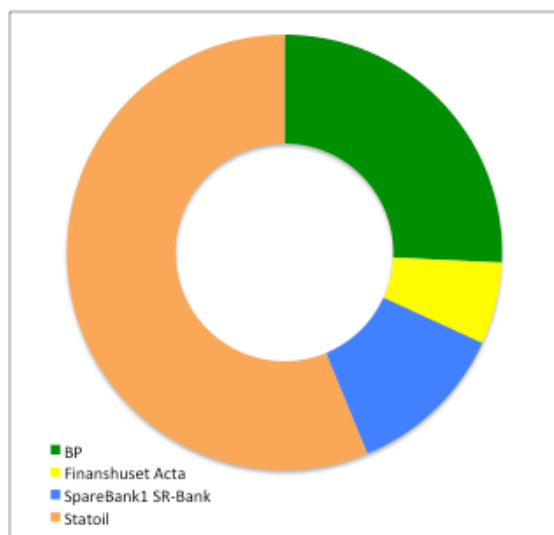
Til nå har oppgaven konsentrert seg om omtalen bedriftene fikk gjennom 2010. Hypotesen som ligger til grunn er at bedrifter med et godt omdømme bør få mer positiv medieomtale. Denne sammenhengen ser ut til å eksistere til en viss grad. Statoil og SpareBank1 SR-Bank som har et godt omdømme får mer publisitet av det som betegnes som sosial aktivitet, dette er ofte positive saker som er med på å bekrefte bedriftenes gode omdømme. Som påpekt i 2.2 kan bedriftene til en viss grad bidra til å styre hva som blir omtalt. Bedriftene med et godt omdømme lykkes i større grad med dette, enn hva de med et svakere omdømme gjør. Samtidig viser analysen at det ikke kan trekkes et klart likhetstegn mellom omdømme og medieomtale. Ekstraordinære saker som preger mediedekningen bedriftene får lever i stor grad sitt eget liv, uavhengig av omdømmet bedriften har. Eksempel på dette ser man både fra BP og Finanshuset Acta. For BP er medieomtalen om oljeutslippet i Mexicogolfen stort sett bare er negativt, selv om BPs omdømme i utgangspunktet ikke er så ill og dermed skulle tilsi mer positiv omtale. Finanshuset Acta har et dårlig

omdømme, men får mer positiv omtale enn forventet for en bedrift med et slikt omdømme. Den positive omtalen Finanshuset Acta får kan spores tilbake til at de mot slutten av året klarte å få kontroll på situasjonen og i større grad styrte media i den retningen de ønsket.

5.2 Suksesskriterier for omdømme

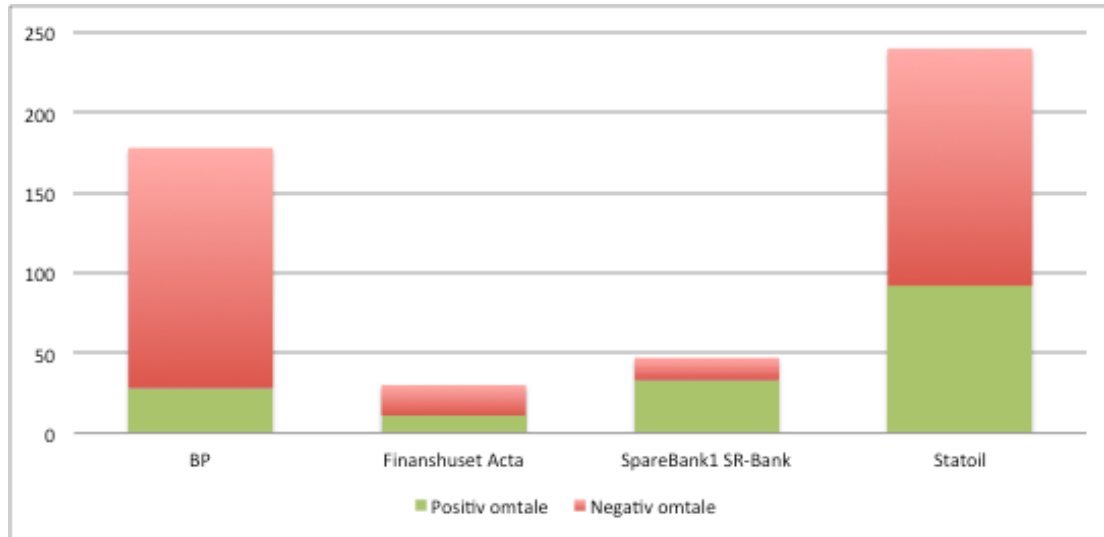
Til nå er det sett på sammenhengen mellom mediedekningen de ulike bedriftene fikk og det omdømmet de hadde ved starten av 2010. Videre vil oppgaven gå nærmere inn på suksesskriteriene for å skape og opprettholde ett godt omdømmet, definert av Fombrun og van Riel (2004). Formålet med denne delen av diskusjonen er å se hvordan bedriftene opptrer i forhold til dette og om det kan ligge forklaringer til positive eller negative endringer i omdømme i disse punktene. Vurderingene som gjøres baserer seg på innholdsanalysen samt informasjon tilgjengelig på bedriftenes hjemmesider. Først ses det på synlighetene i media, som utgjør hovedfokuset for denne analysen, før det kort gjøres noen betraktninger rundt de andre punktene i "Roots of fame".

Diagrammet viser den totale andelen av de totalt 1527 artiklene som omhandler



Figur 5.7 – Total omtale, fordeling mellom bedrifter

hver av bedriftene i denne undersøkelsen. De to største bedriftene, Statoil og BP får tydelig mer omtale og er i så måte mer synlige enn de andre bedriftene. Som påpekt i 2.4 er ikke synlighet bra for en hver pris, negativ omtale kan være skadelig (Fombrun & van Riel, 2004, s. 109). Ser man nærmere på kun den delen av omtalen som er av positiv eller negativ karakter får man et litt annet bilde av bedriftene.



Figur 5.8 – Positiv mot negativ omtale

Både BP, Acta og Statoil fikk mer negativ enn positiv omtale i løpet av 2010, denne type utvikling har en skadende effekt på bedriftens omdømme (ibid.). Det vil være ventende at BP tar betraktelig mer skade av dette enn de andre bedriftene, forholdet mellom god og dårlig omtale er 1/5 for BP sin del. SpareBank1 SR-Bank, som kommer best ut av dette, har 7/3 i tilsvarende forholdstall.

Figur 2.4 viser faktorene som spiller inn for bedriftens synlighet. Til nå har oppgaven sett på synligheten i media, men også de andre public prominence-faktorene er nærliggende å vurdere. Punktet street exposure (ibid.) er ikke så relevant for alle bedriftene i denne oppgaven. Hverken BP, Acta eller Statoil driver en type virksomhet som gjør det naturlig å tenke for mye på lokasjon av kontorer og lignende. Statoil fikk tidligere en del "gratis" eksponering gjennom bensinstasjonene sine ble profilert med under samme logo og farger. Noe av denne effekter er nok nå borte, siden bensinstasjonene nå er skilt ut i et eget selskap og ikke profileres med de samme fargene som Statoil. Noe av effekten eksisterer nok fortsatt, siden navnet er det samme. Statoil Fuel and Retails stasjoner er synlige langs veien i hele Norge, slik at synligheten derfor må kunne regnes som god. SpareBank1 SR-bank scorer også ganske bra på dette punktet. Bankfilialene i de ulike byer og bydeler ligger sentralt og er godt synlige i sentrumskjernen. I tillegg er bedriften synlig på

kjøpesenteret og som det siste du ser før du går gjennom sikkerhetskontrollen på Sola flyplass. Det kan imidlertid tenkes at denne synligheten har blitt noe mindre det siste året, ikke nødvendigvis fordi banken har så mye færre kontorer, men fordi en stadig større del av kundene har nettbanken som sin hovedforbindelse til banken. I det fleste mindre filialer til SpareBank1 SR-Bank er det nå ikke mulig å ta ut eller sette inn penger lenger, dette gjør at kundene i mindre grad oppsøker disse stedene med mindre de søker råd fra banken. Denne omleggingen var også med på å skape mye av den negative omtalen SpareBank1 SR-Bank fikk de første månedene av 2010 og har trolig redusert street exposure noe.

Neste punkt er national heritage (ibid.), eller nasjonal arv/tilhørighet. Som påpekt i gjennomgangen av BP synes det tydelig på omfanget og typen medieomtale bedriften får at BP er eneste bedrift undersøkt i denne oppgaven som ikke har norsk tilhørighet. Dette stemmer også med de funn gjort av Fombrun og van Riel (ibid.). Innholdsanalysen viser at uten den lokale tilhørigheten har media mindre interesse av å skrive om det som gjøres fra bedriftens side ut over det rent forretningsmessige. Forventningene fra interessenter om lokalt engasjement og CSR virker å være lavere når bedriften ikke har lokal/nasjonal tilhørighet. Gjennom det som er å lese i media er det nærmest en overrasket tone når BP sier de vil ha norske leverandører ("*Åpner for lokale leverandører*" [Nordlys, 8/11-10]), men ramaskrik når Statoil i det hele tatt vurderer å sende en kontrakt til utlandet.

De siste faktorene som er med på å avgjøre synligheten til bedriftene er de såkalte market prominence-faktorene. Alle de fire bedriftene er kjente merkenavn og det synes derfor ikke nødvendig å gå ytterligere inn på dette. Statoil og Acta inngår i hovedindeksen på Oslo Børs, BP er ikke notert for handle på Oslo Børs, men er å finne på børsen i London, Frankfurt og New York. SpareBank1 SR-Bank er i en prosess hvor de ser på muligheten for å notere seg på børs, men er pr. i dag ikke det.

Det mest interessante punktet i forhold til synlighet, i tillegg til nevnte media presence er imidlertid corporate citizenship (CSR). Dette omhandler bedriftens rolle i samfunnet, teori rundt dette er redegjort for både i 2.4 og 2.6. Tematikken vil bli diskutert i forhold til Statoil, BP, SpareBank1 SR-Bank og Finanshuset Acta i underkapitler 5.3 vil derfor omtales visere her.

De resterende punktene definert av Fombrun og van Riel som suksesskriterier (2004) henger tatt sammen. Særegenhet, autentisitet, gjennomsiktighet og konsistentest er noe overlappende og omhandler metode og innhold i det som formidles fra bedriften. Punktene er i tråd med tradisjonell markedsføringsteori, ved at man må ha en klar profil og et budskap man ønsker å nå ut med og deretter opptre i tråd med dette. Skal du lykkes som omdømmebygger må du skille deg ut fra konkurrentene, det samme er gjeldene om du skal lykkes generelt i forretningslivet.

Ett av funnene i denne oppgaven er at Statoil, med et godt omdømme, slipper billigere unna enn BP, med noe svakere omdømme. Noe av årsaken til dette kan spores til hvordan de opptre i forhold til disse suksesskriteriene. Dette ser man tydelig dersom man sammenligner BPs behandling av oljeutslippet i Mexicogolfen med Statoils Gullfaks C. Mens det tok flere uker fra BP opplevde de første problemene til omfanget endelig var kjent, så var Statoil tydelige fra starten av om problemet. Selv etter at omfanget var kjent forsøke BP å legge skjul på problemene de hadde med å stenge brønnen.

Statoil klarer imidlertid ikke alltid å opptre i tråd med suksesskriteriene. Gjennom mediedekningen av de fire bedriftene er det flere eksempler på at suksesskriteriene ikke alltid er like lett å leve opp til. Dette synes særlig tydelig når de store bedriftene Statoil og BP blir utsatt for press fra media. Gjennom året kunne man lese overskrifter som *"BP beskyldes for å skjønmaler oljekatastrofen"*, *"BP løy om oljeutslippet"*, *"BP-folk i dobbeltrolle"*, *"Skjulte Statoil-avtaler"*, *"Lukker nettverk diskuterer Lofoten"*, *"Sabler ned opprørsklubb"*, *"Statoil-ansatte har fått munnkurv"*,

”Mongstad-plan avfeid”. Alle disse sakene handler om situasjoner hvor bedriftene på grunn av manglende åpenhet om sin aktivitet får krass kritikk og store negative oppslag i media. Disse klare bruddene på suksesskriteriene kan bidra til at omdømmet blir svekket gjennom året.

5.3 Bedriftenes rolle i samfunnet

Alle bedriftene har et mer eller mindre bevist forhold til risikostyring og etterlevelse av gjeldende regelverk er nærmest eksistensielt for bedriftene, det er derfor ikke funnet hensiktsmessig å kommentere dette ut over at alle i en eller annen for støtter seg på anbefalingene fra COSO-rammeverket (Committee of Sponsoring Organisations of the Treadway Commission, 2004) i sine interne prosesser. Statoil og BP plikter gjennom rapporteringer til New York Stock Exchange å forholder seg til COSO-rammeverket (BP, 2011, s. 32) (Statoil, 2011a, s. 23). SpareBank1 SR-Bank har valgt å bygge sitt rammeverk for helhetlig risikostyring på COSO (2011a, s. 82), det samme har Finanshuset Acta (2011, s. 25).

Det som er mest aktuelt å se på er det arbeidet som gjøres med CSR i de ulike bedriftene. Innholdsanalysen har vist at bedriftene med positivt omdømme har gjennomslag i media for oppslag om CSR-engasjement. CSR er også en direkte årsak til både synlighet i media og utfall på omdømmemålinger. For å få et helhetlig bilde av bedriftene dette punktet suppleres informasjonen fra innholdsanalysen med det bedriftene selv offentliggjør i sine respektive årsrapporter.

For BP sin del så er disse punktene allerede så smått tidligere i oppgaven. Interessentene virker ikke å forvente for mye av bedriften når den ikke har nasjonal tilhørighet og aktiviteten som gjøres er derfor også begrenset. Årsrapporten viser heller ikke noe tegn på at BP ønsker å påta seg en aktiv rolle i samfunnet (BP, 2010).

De samme tendensene finner man hos Finanshuset Acta. Årsrapporten fremstår i stor grad som et dokument som kan brukes ved salg av deres produkter (Finanshuset

Acta, 2010). Den inneholder noen betraktninger om arbeidsmiljø og interne forhold, men ingen tegn på at Finanshuset Acta påtar seg noe aktiv deltagende rolle i samfunnet ut over det rent forretningsmessige. Finanshuset Acta synes basert på dette å være en bedrift som ønsker å konsentrere seg om det som er nødvendig for å tjene mest mulig penger for eierne. Det synes ikke som om de ser verdien av, eller føler forpliktelse til å ta noe aktiv del i samfunnet ut over dette. Dette er også i tråd med det bildet som kommer frem i mediedekningen.

Statoil og SpareBank1 SR-Bank er i sine årsrapporter mye tydeligere på at de både har og tar ansvar, ut over det rent forretningsmessige. SpareBank1 SR-Bank skriver at de skal ha "[..]en tydelig aktiv rolle[...]" og at arbeidet deres skal bygge på prinsipper om åpenhet, forutsigbarhet og gjennomsiktighet. Gjennom mediebildet lokalt i regionen kommer de godt frem som en tydelig og viktig aktør som bidrar der det trengs. I løpet av 2010 delte SpareBank1 SR-Banks gavefond ut 106 millioner, blant annet til Garborg-senteret, professorat ved UiS og til Ung Entreprenørskap (SpareBank1 SR-Bank, 2011c). Denne aktiviteten synes å være i god tråd med definisjonen for bedriftens samfunnsansvar (World Business Council for Sustainable Development, 2000) presenter i 2.6. Bedriften ønsker å være en aktiv aktør og fremstår også slik, ikke mist takket være godt gjennomslag for pressedekning på dette området.

Statoil ser ikke ut til å gå like langt som SpareBank1 SR-Bank, men sier som vi tidligere har sett i sin årsrapport at de har et ansvar for å bidra til verdiskapning i lokalsamfunnet ved å utvikle ferdigheter og muligheter der de er. Det påpekes også at det fokuseres på, og gis støtte til arbeid mot korrupsjon og for forbedring av menneskerettigheter (Statoil, 2011a). I forhold til de betraktningene gjort i 2.6 synes det som at både Statoil og SpareBank1 SR-Bank ser sammenhengene mellom håndtering av omdømmerisiko og rapportering om samfunnsansvar. SpareBank1 SR-Bank går lengst av de to bedriftene og viser en konsistent sammenheng mellom ord og handlinger, ved at de både sier de skal være og opptrer som en viktig bidragsyter i

lokalmiljøet hvor det opptrer. Selv om Statoil også er flinke til å påpeke ansvaret det har og jobben de legger ned for å skape aktivitet i lokalmiljøet, så er de samtidig mye tydeligere i sin årsrapport på at det prioriterte området er å oppfylle sine finansielle forpliktelser ovenfor eierne.

Selv om forskningen sliter med å dokumentere en tydelig finansiell gevinst av CSR aktivitet virker det som om CSR kan være en viktig bidragsyter til å gjøre det bra på andre områder. CSR blir et strategisk valg som kan bidra til å bedre bedriftens omdømme og gjennom dette føre til at de tillitten til selskapet blir større, man blir mer attraktiv både ovenfor investorer, forretningspartnere og ansatte og kan oppnå en konkurransemessig fordel ovenfor konkurrentene.

6 Hvordan gikk det med bedriftene?

Innholdsanalysen sammen med de betraktninger som er gjort i punkt 5.2 og 5.3 gjør det mulig å mene noe om hvordan bedriftenes omdømme utvikler seg gjennom året og hvordan dette vil påvirke resultatene fra RepTrak™ Pulse 2011 målingen.

SpareBank1 SR-Bank kommer bra ut i media gjennom 2010 og opptrer i stor grad i samsvar med det som er anbefalt fra Fombrun og van Riel. Eneste tydelige forhold som kan ha skadet bedriftens omdømme gjennom året er endingen i tjenestetilbudet i de mindre bankfilialene. Dette førte til både negativ omtale og kan ha svekket synligheten gjennom street exposure noe.

Statoil opptrer jevnt over bra, men får litt hard medfart og negativ medieomtale knyttet til en del saker gjennom 2010. Innholdsanalysen viser også at Statoil ikke alltid klarer ha en like åpen og troverdig mediehåndtering som de burde for å opptre i tråd med det som er anbefalt. Disse faktorene gjør at Statoil sitt omdømme vil være svekket på den nye målingen.

Finanshuset Acta har en negativ sak som følger den gjennom året, men da saken gikk mot slutten i løpet av 2010 viser det seg at den ikke var like alvorlig som først antatt. Finanshuset Acta fikk som følger av dette mer positiv omtale på slutten av året og får totalt en større andel positiv omtale dersom man regner med innsidesaken. Dette gir grunn til å tro at omdømmet styrker seg svakt i løpet av året og at dette er en utvikling som media fanger opp. Resultatet fra årets omdømmemåling viser dessverre at Finanshuset Acta heller ikke i år er funnet et plass verdig blant de 50 mest synlige bedriftene som er med i undersøkelsen (Riekeles, 2011). Basert på omtalen de får innholdsanalysen og den utviklingen man kan se hos Terra, som trolig har et tilsvarende utvikling i omdømme, befinner nok Finanshuset Acta seg fortsatt under 59 poeng og dermed på et svakt omdømme.

BP kan forvente et betydelig svekket omdømme. 2010 var et kriseår for bedriften, både på grunn av mye negativ medieomtale som innholdsanalysen tydelig viser, men også måten dette ble håndtert på bryter tydelig med anbefalte suksesskriterier.

	RepTrak Norge 2009	RepTrak Norge 2010	RepTrak Norge 2011	
Statoil	71,8	77,4	71,9	-5,5
SpareBank1	69,7	72	70,7	-1,3
Acta	39,9	-	-	
	RepTrak UK	RepTrak UK	RepTrak UK	
BP	-	66,26	43,46	-22,8

 Over 80 Fremragende	 70-79 Godt	 60-69 Middels godt	 40-59 Svakt	 Under 40 Dårlig
--	---	---	--	--

Tabell 6-1 – RepTrak™ Pulse 2011

RepTrak™ Pulse 2011 målingen (Apeland Infromasjon, 2011) er i stor grad i samsvar med de forventninger som dannes gjennom innholdsanalysen og vurderingen av "the Roots of Fame". Statoil får som ventet sitt omdømme svekket gjennom 2010. Tilbakegangen er imidlertid ingenting mot de endringene man ser i BP sitt omdømme. Bedriften faller hele 22,8 prosentpoeng, noe som plasserer dem desidert sist på UK RepTrak™ Pulse 2011 målingen (Reputation Institute, 2011b). Nytt av året er at BP, på grunn av den formidable medieomtalen bedriften fikk i Norske medier

som følge av oljekatastrofen, også har kommet med på den Norske omdømmemålingen. BP havner desidert sist også på den Norske målingen og får en score på 46,4, noe som er et lite avvik fra UK målingen.

Mest overraskende er det imidlertid at SpareBank1 kommer dårligere ut. En mulig feilkilde her kan være at omdømmet målets på allianse-nivå og ikke for de individuelle bankene. En medvirkende faktor til denne tilbakegangen kan nok også være at snittet i omdømmemålingen totalt har falt fra 68,3 i 2010 til 67,4 i 2011. Dette kan være et tegn på at kravene for å oppnå et bra omdømme har blitt strengere. Det er verdt å påpeke at 5 av 8 bedrifter innen bank og finans som deltar i undersøkelsen opplever et svekket omdømme i forhold til 2010 målingen. Blant bedrifter som kan sammenlignes med SpareBank1 så er det bare Skandiabanken (73,8) og Gjensidige (71,4) som blir rangert med et bedre omdømme i 2011.

7 Konklusjon

Oppgaven har gjennom kvantitativ og kvalitativ innholdsanalyse sett på sammenhenger mellom omdømme og mediedekningen for de fire bedriftene SpareBank1 SR-Bank, Finanshuset Acta, BP og Statoil i 2010. Analysen viser at et fellestrekk for de bedrifter med et godt omdømme er at de har et aktivt forhold til CSR arbeid og et bevist forhold til omdømme. Dette gjør at de også får mye positiv medieomtale. Det er basert på funnene i oppgaven ikke mulig å gi noe entydig svar på hva som kom først, det gode omdømme eller en god håndtering av omdømme. Begge faktorene synes å være en viktig faktor for hvordan bedrifter blir omtalt i media og er trolig et resultat over langsiktig godt arbeid med omdømme.

Bedrifter med et godt omdømme får mer positiv vinklet omtale enn bedrifter med svakt eller middels omdømme. Både Statoil og BP har vært i perioder hvor alt de foretar seg blir tett dekket av pressen. Statoil, som har et godt omdømme når lettere

ut med gode nyheter, selv i dårlige tider. BP hadde et helt gjennomsnittlig omdømme i utgangpunktet, da de ikke klarte håndtere en krise på en tilfredsstillende måte og samtidig ikke nådde ut med gode nyheter ble de straffet for dette ved at det tapte store deler av det gode omdømmet de hadde. Statoil ble i mye mindre grad straffet, både i form av tapt omdømme og negativ medieomtale, selv om både bransjen og bedriften var involvert i en del negative hendelser.

Gjennom den mediedekningen BP og Finanshuset Acta får ser man at store negative enkelthendelser kan være så alvorlige for bedriftene at de medfører betraktelig svekket omdømme, uavhengig av utgangpunktet. Dette er i tråd med Warren Buffet sine ord; ” *It takes 20 years to build a reputation and five minutes to ruin it*”.

Mediedekningen de ulike bedriften har fått viser at det er en viss sammenheng mellom omdømme og medieomtalen. SpareBank1 SR-Bank og Statoil som begge startet året med et bra omdømme får en konstant flyt av positiv omtale i media. Men denne sammenhengen kan også skyldes måten de opptrer på i tråd med Fombrun og van Riels suksesskriterier fra 2004.

Bedriftene som scorer best på omdømme og som også får den beste omtalen i media er de som klarer å være synlige i media, samtidig som de opptrer særegent, autentisk, gjennomsiktig og konsistent. SpareBank1 SR-Bank er flinke til å opptre i tråd med disse kriteriene og blir belønnet med et relativt stabilt godt omdømme også etter 2010. Statoil, BP og Finanshuset Acta har på hver sin måte slitt med å leve etter disse kriteriene. For Statoil og BP sin del dreier det seg i hvilken grad de klarer fremstå autentisk, gjennomsiktig og konsistent i forhold til sin rolle om oljeselskap og samtidig ansvarlig aktør i samfunnet. Finanshuset Acta ser ut til å ha mest problemer med å være synlige i media med et konsistent budskap. Resultatene av dette kommer til syne gjennom svekket omdømme.

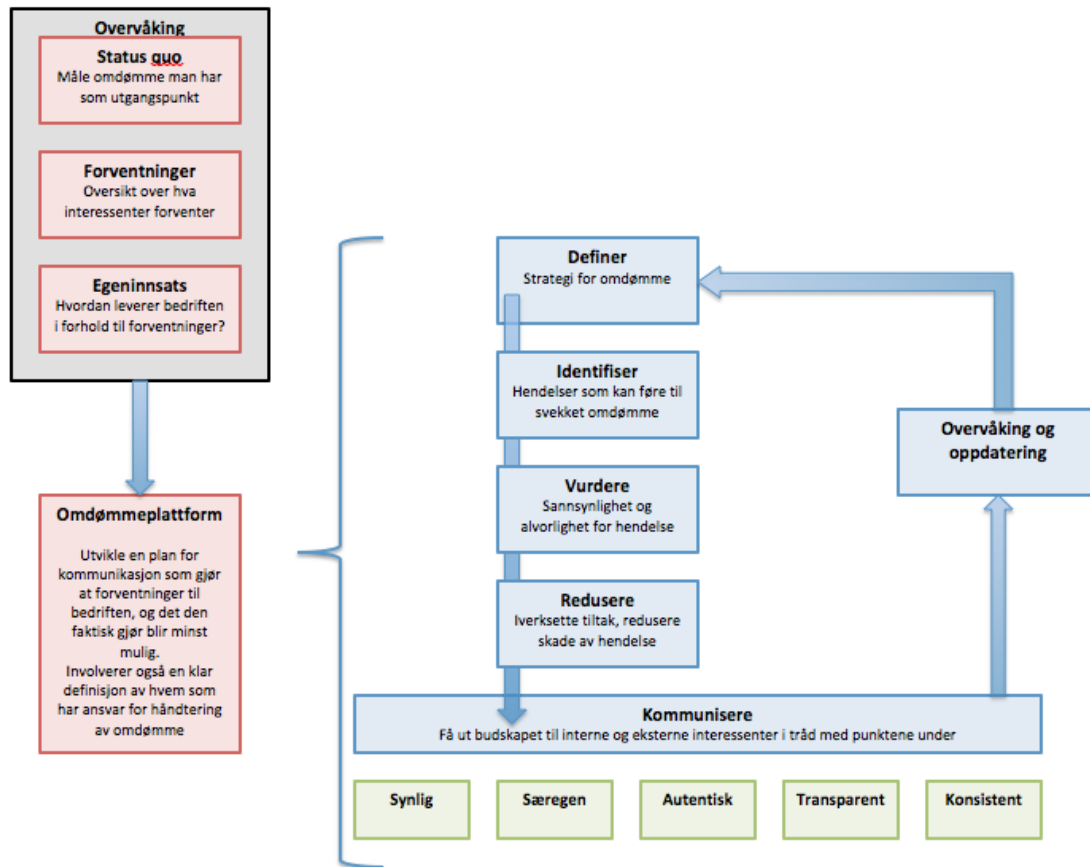
7.1 Videre arbeid

Analysen har vist at god håndtering av omdømme og CSR engasjement virker å være faktorer som bidrar til å skape og opprettholde et godt omdømme. Alle bedriftene i undersøkelsen bygger sin risikostyring og internkontroll på COSO-rammeverket. Dette ledende rammeverket har ikke innarbeidet gode nok rutiner for håndtering av omdømme. Oppgaven viser at hvordan bedriftene opptrer og håndterer omdømme er viktige faktorer for å skape et godt omdømme, som igjen kan bidra til å:

- ...øke lønnsomhet i markeder med høy konkurranse.
- ...tiltrekke, motivere og beholde dyktige ansatte.
- ...holde konkurrenter på avstand.
- ...gjøre bedriften attraktiv for investorer og strategiske forretningspartnere.
- ...forenkler etableringen på nye markeder.
- ...definerer virksomhetens verdi (markeds kapitalisering). (TNS-Gallup, 2009)

Noen allerede utviklede modeller er redegjort for i del 2.5, disse inneholder gode elementer og danner et solid grunnlag for videre arbeid. Analysen i denne oppgaven viser at suksesskriteriene fra Fombrun og van Riel spiller en vesentlig rolle for å skape et godt omdømme, dette bør innarbeides i en helhetlig modell for styring og kontroll av omdømme.

For å starte dette arbeidet er det utarbeidet et forslag som kombinerer eksisterende tilnærminger. Samtidig som den også tar hensyn til de elementene man finner igjen i bedrifter som gjør det bra på omdømmemålinger, både i denne oppgaven og fra Fombrun og van Riel sitt arbeid.



Figur 7.1 – Håndtering og styring av Omdømmerisiko (egenutviklet)

Modellen involverer en kontinuerlig overvåking av interessentene, for å hele tiden være oppdatert på de forventningen man forholder seg til der. Denne kunnskapen brukes videre som grunnlag for å skape en omdømmeplattform. Dette inkluderer i stor grad Regan sin prosess for omdømmerisiko håndtering, men er tydeligere på at kommunikasjonen skal være rettet mot både interne og eksterne interessenter. Kommunikasjonen bygger på de fire grunnelementene fra Fombrun og van Riel, dette skal være med på sikre at bedriften opptrer i tråd med det som synes å være "best practice" for å oppnå og beholde et godt omdømme.

Litteraturliste

Aaker, D. A., & Joachimsthaler, E. (2000). *Brand Leadership*. New York: The Free Press.

Allern, S. (s.a.). *Innholdsanalyse*. Lastet ned 21. april 2011, fra www.uio.no/studier/emner/hf/.../Kvantitativ_innholdsanalyse.ppt

Apeland Informasjon. (2009). *RepTrak Norge 2009*. Lastet ned 21. januar 2011, fra http://www.boarding.no/files/reptraknorge2009_fakta_og_hovedfunn_1_.pdf

Apeland Informasjon. (2010). *RepTrak Norge 2010*. Lastet ned 21. januar 2011, fra http://www.apeland.no/omdomme/RepTrakNorge2010_Fakta_og_hovedfunn.pdf

Apeland Informasjon. (2011). *Resultater RepTrak Norge 2011*. Lastet ned 24. mai 2011, fra http://www.bi.no/Info-avdelingFiles/Forskningskommunikasjon/RepTrak_2011_resultater%5B1%5D.pdf

Bank for International Settlements. (2006). *Internal Convergence of Capital Measurement and Capital Standards: A Revised Framework*. Basel: BIS.

Bankel, S., & Hole, M. (2009). Omdømme: Begrepets innhold dets årsaker og konsekvenser. *Masteroppgave i Økonomi og administrasjon ved TØH*.

Barnett, M. L., Jermier, J. M., & Lafferty, B. A. (2006). Corporate reputation: the definitional landscape. *Corporate Reputation Review*, 9 (1), 26-38.

Bebbington, J., Larrinaga, C., & Moneva, J. M. (2008). Corporate social reporting and reputation risk management. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 21 (3), 337-361.

- Belva, K. F. (2005). *How It's Difficult to Ruin a Good Name: An Analyses of Reputational Risk*. Lastet ned 14. mars 2011, fra http://www.ftusecurity.com/pub/FiTechSummit_final_paper.pdf
- Blomgren, A. (2010). Does Corporate Social Responsibility Influence Profit Margins? A Case Study in Executive Perceptions. *Corporate Social Responsibility and Enviornmental Management* , 18 (2).
- Boatright, J. (2011). Risk Management and the Responsible Corporation: How Sweeping the Invisible Hand? *Business and Society Review* , 116 (1), 145-170.
- BP. (2011). *Annual Report and Form 20-F 2010*. Lastet ned 24. april 2011, fra http://www.bp.com/assets/bp_internet/globalbp/globalbp_uk_english/set_branch/STAGING/common_assets/downloads/pdf/BP_Annual_Report_and_Form_20F.pdf
- BP. (2010, 1.august). *Våre vedier*. Lastet ned 21. april 2011, fra <http://www.bp.com/sectiongenericarticle.do?categoryId=9003510&contentId=7007152>
- Capriotti, P. (2009). Economic and Social Roles of Companies in the Mass Media. *Business and Society* , 48 (2), 225-242.
- Carroll, C. E. (2004, desember). How the Mass Media Influence Perceptions of Corporate Reputation: Exploring Agenda-setting Effects within Business News Coverage. *Doktorgrad fra The University of Texas at Austin* . UMI.
- Curtis, B. (2010). *Classic Wisdom for the Professional Life*. Nashville, Tennessee: Thomas Nelson Inc.
- Committee of Sponsoring Organisations of the Treadway Commission. (2004). *Enterprise Risk Management - Integrated Framework*. COSO.

Csiszar, E., & Heidrich, G. W. (2006). The Question of Reputational Risk: Perspectives From An Industry. *The Geneva Papers*, 31, 382-294.

EU. (2009, 5. november). *Direktiv 2009/128*. Lastet ned 24. april 2011, fra EC of the European Parliament and of the Council: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:335:0001:0155:EN:PDF>

Evensmo, O. M. (2008). *Hva kjennetegner norske nettaviser?* Lastet ned 28. april 2011, fra <http://www.evensmo.no/journalistikk/hva-kjennetegner-norske-nettaviser/>

Eccles, R. G., & Vollbracht, M. (2006). Media Reputation of the Insurance Industry: An Urgent Call for Strategic Communication Management. *The Geneva Papers*, 31, 395-408.

Eccles, R. G., Newquist, S. C., & Schatz, R. (2007, februar). Reputation and Its Risks. *Harvard Business Review*.

Einwiller, S. A., Carroll, C. E., & Korn, K. (2010). Under What Conditions Do the News Media Influence Corporate Reputation? The Roles of Media Dependency and Need for Orientation. *Corporate Reputation Review*, 12 (4), 299-315.

Ernst&Young. (2010). *The Ernst&Young Business Risk Report 2010 - The top 10 risks for global business*. Lastet ned 16. mars 2011, fra www.ey.com/businessrisk2010

Finanshuset Acta. (2010). *Årsrapport 2009*. Lastet ned 21. april 2011, fra <http://hugin.info/132742/R/1405789/359521.pdf>

Finanshuset Acta. (2011). *Årsrapport 2010*. Lastet ned 21. april 2011, fra http://actaarsrapport.no/2010/pdf/ACTA_aarsrapport_2010_NO.pdf

- Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Boston: Harvard Business School Press.
- Fombrun, C. J., & van Riel, C. B. (2004). *Fame and Fortune: How Successful Companies Build Winning Reputations*. Upper Saddle River: Financial Times Prentice Hall.
- Fombrun, C. J., & Foss, C. B. (2001). The Reputation Quotient. Part 1: Developing a Reputation Quotient. *The Gauge*, 14 (3).
- Fortmoser, P., & Herger, N. (2006). Managing Reputational Risk: A Reinsurer's View. *The Geneva Papers*, 31, 409-414.
- Friedman, M. (1970, 13. september). *The Social Responsibility of Business is to Increase Profits*. Lastet ned 18. april 2011, fra <http://colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>
- Godfrey, P. C. (2005). The Relationship between corporate philanthropy and shareholder wealth: A Risk Management Perspective. *Academy of Management Review*, 30 (4), 777-798.
- Griffin, J. J., & Mahon, J. F. (1997). The corporate social performance and corporate financial performance debate: Twentynine years of incomparable research. *Business and Society*, 36 (1).
- Hult, S. R. (2011). *Omdømme og merkevare, to sider av samme sak?* Lastet ned 21. mars 2011, fra TNS-Gallup: <http://www.tns-gallup.no/?aid=9082289>
- Josefsen, R. (2008). Bedriftens omdømme - et resultat av synlighet, særegenhet, ekthet, gjennomsiktighet og konsekventhet? *Masteroppgave i Organisasjon og ledervitenskap ved UiT*.

KPMG. (2005). *KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2005*.

Lastet ned 21. mars 2011, fra [kpmg.no](http://www.kpmg.no):

http://www.kpmg.com.au/Portals/0/KPMG%20Survey%202005_3.pdf

Larkin, J. (2003). *Strategic Reputation Risk Management*. New York: Palgrave Macmillan.

Louisot, J. P., & Rayner, J. (2009). *Managing reputational risk – From theory to practice*. Lastet ned 18. mars 2011, fra

http://www.risk2reputation.com/files/Managing_Risks_to_Reputation_From_Theory_to_Practice.pdf

Low, G. S., & Fullerton, R. A. (1994). Brands, Brand Management, and the Brand Manager System: A Critical-Historical Evaluation. *Journal of Marketing Research*, 31 (2), 173-190.

Norsk Utvalg for Eierstyring og Selskapsledelse. (2006, 28. november). *Norsk Anbefaling for Eierstyring og Selskapsledelse 2006*. Lastet ned 21. januar 2011 fra

<http://www.nues.no/filestore/Norskanbefalingforeierstyringogselskapsledelse2006.pdf>

NTB. (2011, 17. februar). *Alle var opptatt av navnet*. Lastet ned 27. mai 2011, fra

http://www.offshore.no/sak/-_Alle_var_opptatt_av_navnet

Makomaski, J. (2008). So What Exactly Is ERM? *Risk Management Magazine*, 55 (4).

Margolis, J. D., & Walsh, J. P. (2001). *Misery Loves Companies: Whither Social Initiatives by Business?* Lastet ned 21. mars 2011, fra Harvard Business School Working Paper Series:

<http://www.hbs.edu/research/facpubs/workingpapers/abstracts/0001/01-058.html>

McCombs, M. E. (2002). The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion. *Mass Media Economics 2002*. London School of Economics.

Perry, J., & De Fontnouvelle, P. (2005, 30. oktober). *Measuring Reputational Risk: The Market Reaction to Operational Loss Announcements*. Lastet ned 21. mars 2011, fra <http://ssrn.com/abstract=861364>

Sandnes Sparebank. (2010). *Basel II - Pilar 3, Offentliggjøring av sentral informasjon*. Lastet ned 21. april 2011, fra <https://www.sandnes-sparebank.no/getfile.php/Filer/SSB%20Pilar%203%20rapport%202010.pdf>

Samuelsen, B. M., & Olsen, L. E. (2008). *Merkevareledelse på norsk*. Oslo: Cappelen Akademiske forlag.

Schanz, K. (2006). Reputation and Reputational Risk Management. *The Geneva Papers*, 31, 377-281.

Schoenfeld, A., & Gates, G. (2010, 22. august). *Three P. R. Nightmares*. Hentet 4 24, 2011 fra [nytimes.com](http://www.nytimes.com):
<http://www.nytimes.com/imagepages/2010/08/22/business/22metrics.html?ref=business>

Shaw, H. (2006, 15. mars). *The Trouble with COSO*. Lastet ned 9. mars 2011, fra CFO Magazine: <http://www.cfo.com/article.cfm/5598405>

Skjennald, T. (2004). NM i omdømme. *Kommunikasjon - Fagblad om strategisk kommunikasjon* (4), 10-11.

SpareBank1 SR-Bank. (2010). *Risiko- og kapitalstyring 2009*. Lastet ned 21. mars 2011, fra SpareBank1 SR-Bank: <http://hugin.info/149/R/1248043/270517.pdf>

SpareBank1 SR-Bank. (2011a). *Risiko- og kapitalstyring 2010*. Lastet ned 24. April 2011, fra SpareBank1 SR-Bank: <http://hugin.info/149/R/1248043/270517.pdf>

SpareBank1 SR-Bank. (2011b, 4. februar). *SpareBank1 SR-Bank konsern - 4.kvartal*. Lastet ned 21. mars 2011, fra SpareBank1 SR-Bank: <http://hugin.info/149/R/1485175/420259.pdf>

SpareBank1 SR-Bank. (2011c). *Årsrapport 2010*. Stavanger: SpareBank1 SR-Bank.

Stavanger Aftenblad. (2011, 21. mars). *Halvparten bytter jobb for å endre arbeidsmiljø*. Lastet ned 21. mars 2011, fra http://www.aftenbladet.no/nytte/jobbb/1351635/Halvparten_bytter_jobb_for_aa_endre_arbeidsmiljoe.html

Statistisk Sentralbyrå. (2009, 14. august). *Nasjonalregnskapsstatistikk 1970-2008*. Lastet ned 16. mars 2011, fra http://www.ssb.no/emner/09/01/nos_nasjonal/nos_d425/nos_d425.pdf

Statistik Sentralbyrå. (2010). *Statistisk årbok 2010*. Kongsvinger: Statistisk sentralbyrå.

Statoil. (2010, 4. november). *Brønnehendelser på Gullfaks C*. Lastet ned 21. april 2011, fra http://www.statoil.com/no/NewsAndMedia/News/2010/Downloads/5Nov_2010_%20Rapport_broennhendelse_Gullfaks%20C.pdf

Statoil. (2011a). *Årsrapport 2010*. Lastet ned 27. april 2011, fra http://www.statoil.com/AnnualReport2010/en/_layouts/wcw/downloadcenterAR10.aspx

- Statoil. (2011b). *Konsernkommunikasjon (CCOM)*. Lastet ned 28. april 2011 fra <http://www.statoil.com/no/About/CorporateGovernance/GoverningBodies/OrgChart/Pages/Konsernkommunikasjon.aspx>
- Statoil. (2011c). *Samfunn*. Lastet ned 14. mai 2011, fra <http://www.statoil.com/no/environmentsociety/society/pages/default.aspx>
- Statoil. (2011d). *Anskaffelse*. Lastet ned 14. mai 2011, fra <http://www.statoil.com/no/OurOperations/Procurement/Pages/default.aspx>
- Statoil. (2011e). *Etikk og verdier*. Lastet ned 14. mai 2011, fra <http://www.statoil.com/no/About/EthicsValues/Pages/default.aspx>
- Rørvik, K. A. (2007). *Trender og tradisjoner - Ideer som former det 21. århundrets organisasjon*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Regan, L. (2008). A framework for integrating reputation risk infor the enterprise risk managemenet process. *ournal of Financial Transformation* , 22, 187-194.
- Reputation Institute. (2011a). *About RI Main Page*. Lastet ned 25. april 2011, fra <http://www.reputationinstitute.com/about/index.php>
- Reputation Institute. (2011b). *UK RepTrak Pulse 2011*. Lastet ned 24. april 2011, fra <http://www.reputationinstitute.com/advisory-services/pulse-signup.php>
- Reputation Institute. (2011c). *RepTrak Model - FAQ*. Lastet ned 8. mai 2011, fra <http://www.reputationinstitute.com/advisory-services/reptrak>
- Riekeles, R. (2011, 11. mai). *Hvem har Norges beste omdømme og hvorfor?* Lastet ned 18. mai 2011, fra fra Apeland Informasjon:

<http://www.slideshare.net/apeland/hvem-har-norges-beste-omdmme-og-hvorfor>

Tannen, A. (2010, 12. juni). *What's Reputation Worth? Just Ask Toyota, Goldman And BP*. Lastet ned 24. april 2011, fra <http://www.forbes.com/2010/06/14/bp-toyota-reputation-markets-goldman-sachs.html>

Tamagno, S. (2002). Bærekraftighetsrapportering i Norge. *Magma - Econas tidsskrift for økonomi og ledelse*, 5 (3).

The Conference Board. (2010). *CEO Challenge 2010: Top 10 Challenges*. Lastet ned 21. mars 2011, fra http://www.executiveconnectionsllc.com/pdfs/CEOChallenges_2010.pdf

The Economist Intelligence Unit. (2005). *Reputation: Risk of Risks*. Hentet 3 21, 2011 fra http://www.eiu.com/report_dl.asp?mode=fi&fi=1552294140.PDF&rf=0

TNS-Gallup. (2009). *Hva skiller omdømme vinnere fra omdømme tapere?* Lastet ned 21. mars 2011, fra http://www.tns-gallup.no/arch/_img/9088551.pdf

U.S. Code. (2002). *Sarbanes-Oxley Act of 2002*. Lastet ned 12. mai 2011, fra United States House of Representatives: <http://uscode.house.gov/download/pls/15C98.txt>

Universum. (2011, april). *Norway's Ideal Employers*. Lastet ned 12. mai 2011, fra <http://universumglobal.com/IDEAL-Employer-Rankings/Archive/Norway/2010>

Wiig, M. (2008, 22. mai). *Omdømmeforståelse som risikofaktor- kompetanse, omdømme og risikovurdeirng*. Lastet ned 23. mars 2011, fra Senter for statlig økonomistyring: <http://www.hrnorge.no/filestore/maritwiig.pdf>

World Business Council for Sustainable Development. (2000). *Corporate Social Responsibility: Making good business sense*. Lastet ned 21. mars 2011, fra wbcscd.org:

<http://www.wbcscd.org/DocRoot/1unSPdIKvmYH5HjbN4XC/csr2000.pdf>

Yang, F. J., Lin, C. W., & Chang, Y. N. (2009). The linkage between corporate social performance and corporate financial performance. *African Journal of Business Management*, 4 (4).

Vogel, D. (2008, 16. oktober). *CSR Doesn't Pay*. Lastet ned 15. april 2011, fra http://www.forbes.com/2008/10/16/csr-doesnt-pay-lead-corporate-respons08-cx_dv_1016vogel.html

Vedleggliste

Statoil i media.....	86
BP i media.....	109
Finanshuset Acta i media	119
SpareBank1 SR-Bank i media.....	122
Medieomtale oppsummert pr. måned	128
Vaktskifte i SR-Bank markert i Atlantic Hall	131
Her starter et norsk vindeventyr	132
Boliglån løfter SR-Bank	133
BP gjør milliardoppkjøp	134
Opprør mot Helge Lund	135
Klarer ikke stanse oljeutslipp	136

Statoil

Antall saker:

858

Dato	Media	Tittel	Øko.aktivitet	Sos.aktivitet	Positiv	Nøytral	Negativ	T	URL/Seksjon
5.1.	Nationen	Får kjempekontrakt	1			1			Nyheter
5.1.	Adresseavisen	Kan få kjempekontrakt for - britisk vindkraft	1			1			Økonomi
5.1.	Dagens Næringsliv	Vindseier koster dyrt	1			1			Økonomi
5.1.	Klassekampen	Kontrakt for retten	1			1			Utland
5.1.	Nordlys	Melkøya i drift igjen	1			1			Nyheter
6.1.	Stavanger Aftenblad	To gasslekkasjer på 16 dager for Statoil	1			1			Økonomi
7.1.	Aftenposten	Tjener på iskalde briter	1			1			Økonomi
7.1.	Klassekampen	Turkmenistan ser mot øst	1			1			Utland
7.1.	Klassekampen	SV hardt ut mot Statoil	1			1			Politikk
8.1.	Dagsavisen	SV hardt ut mot Statoil-stipend	1			1			Kultur
9.1.	Bergens Tidende	Fikk vindmøllekontrakt verdt mange milliarder	1			1			Økonomi
9.1.	Dagsavisen	Statoil skal lage britisk vindkraft	1			1			Nyheter
9.1.	Dagens Næringsliv	Må bygge mer for mindre	1		1	1			Økonomi
9.1.	Aftenposten	Vindmøller for 300 mrd.	1			1			Forside
9.1.	Dagens Næringsliv	Presses til grønn satsing	1		1	1			Økonomi
9.1.	Aftenposten	Kan bli industrieventyr	1			1			Økonomi
9.1.	Adresseavisen	Britisk vindkraftkontrakt til Statoil og Statkraft	1			1			Økonomi
9.1.	Klassekampen	Skal bygge vindmøller	1		1	1			Nyheter
12.1.	Dagens Næringsliv	Får kjøft for vindsoiling	1			1			Økonomi
12.1.	Stavanger Aftenblad	Etterlyser sultne leverandører	1			1			Økonomi
13.1.	Dagens Næringsliv	Skal overvåke oljeindustrien	1			1			Økonomi
13.1.	Dagens Næringsliv	Gassrevolusjon med bismak	1			1			Økonomi
13.1.	Dagens Næringsliv	Tar vindforbehold	1			1			Økonomi
13.1.	Stavanger Aftenblad	Dyrere og dårligere fra leverandørene	1			1			Økonomi
13.1.	Stavanger Aftenblad	Statoil fortjener mer skryt enn klage	1		1	1			Økonomi
14.1.	Dagens Næringsliv	Staten vinner på børs	1			1			Økonomi
14.1.	Dagens Næringsliv	Krangler på Mongstad	1			1			Økonomi
15.1.	Fædrelandsvennen	Utsetter fangst av CO2	1			1			Økonomi
16.1.	Dagens Næringsliv	Kaster ut leverandør	1			1			Økonomi
16.1.	Dagens Næringsliv	Oljegigantene trues med pisk	1			1			Økonomi
16.1.	Aftenposten	Statoil må betale 700 mill. til staten	1			1	1		Økonomi
16.1.	Dagens Næringsliv	700 mill. i Statoil-bot	1			1			Økonomi
16.1.	Klassekampen	Statoil mener de gjør mye	1			1			Nyheter
18.1.	Adresseavisen	Staten krevde 11 milliarder - fikk 700 millioner	1		1	1			Økonomi
18.1.	Klassekampen	Konserthus i Stavanger	1	1	1	1			Kultur

19.1. Nationen	Frå dør til dør for Haiti	1		1		Politikk
19.1. Stavanger Aftenblad	Bedrifter og kommunen blir opp for Haiti	1		1		Politikk
19.1. Dagens Næringsliv	Finanskrisen hjelper på		1			Økonomi
19.1. VG	Må punge				1	Nyheter
19.1. Adresseavisen	Statoil må ut med 25 mill.			1		Nyheter
19.1. Adresseavisen	Diger Statoil-kontrakt til Lindbak			1		Økonomi
19.1. Aftenposten	Det vil fortsatt være få vindmøller der ute			1		Økonomi
20.1. Dagens Næringsliv	Statoil-utbygging møter motbør			1		Økonomi
21.1. Dagens Næringsliv	Kaller regjeringensmånelanding tabbe			1		Økonomi
21.1. Aftenposten	Nye krav om priskutt			1		Økonomi
20.1. Dagens Næringsliv	Sjarmoffensiv i Abu Dhabi			1		Økonomi
22.1. Dagens Næringsliv	Strid om Snorre-plan			1		Økonomi
23.1. Nordlys	Statoil lover slutt på seismikkskyting i Lofoten			1		Nyheter
25.1. Stavanger Aftenblad	Knallhard kamp om Gudrun-plattformen			1		Økonomi
26.1. Bergens Tidende	Tv og olje drar nordmen				1	Nyheter
26.1. Dagens Næringsliv	Ringer inn ny design			1		Økonomi
26.1. Dagens Næringsliv	Statoil byttet Mexico mot Alaska			1		Økonomi
27.1. Nordlys	Vil gjøre Lofoten tryggere			1		Økonomi
27.1. Stavanger Aftenblad	Geo-spirer imponerte Exxo	1		1		Jobb og utdanning
27.1. Dagens Næringsliv	Kjøper mer i USA			1		Økonomi
28.1. Bergens Tidende	Skjebnemøte om Stockman-feltet			1		Økonomi
28.1. Dagens Næringsliv	Ber om politisk press			1		Økonomi
28.1. Stavanger Aftenblad	Skjebnemøte om Sjtokman-prosjektet			1		Økonomi
28.1. Dagens Næringsliv	Tiden renner ut for Gudrun			1		Økonomi
29.1. Aftenposten	Blått lys for utbygging			1		Økonomi
29.1. Dagbladet	Kjemper om superstipend	1		1		Kultur
29.1. Dagens Næringsliv	Oljesjefene tror festen fortsetter			1		Økonomi
30.1. Fædrelandsvennen	Kan vinne 800.000 kroner	1		1		Kultur
30.1. Nordlys	Nominert til årets Statoil-stipend	1		1		Kultur
30.1. Dagens Næringsliv	Mener Statoil somlet			1		Økonomi
Januar		57	8	51	3	65
1.2. Stavanger Aftenblad	Hywind har bestått stormtesten	1		1		Økonomi
1.2. Adresseavisen	Irak-kontrakt undertegnet	1		1		Økonomi
1.2. Aftenposten	Musikere digger ikke Statoil		1		1	Kultur
2.2. Dagens Næringsliv	Statoil på etterskudd	1		1		Økonomi
3.2. Dagens Næringsliv	Gamle felt ødelegger	1		1		Økonomi
4.2. Stavanger Aftenblad	Siste sjekk på Gjøa	1		1		Økonomi
5.2. Stavanger Aftenblad	Gjøa-plattform kan samle opp småpytter	1		1		Økonomi

5.2. Aftenposten	Skjebnetime for Stockman	1	1	Økonomi
6.2. Nordlys	Investeringer utsatt - igjen	1	1	Nyheter
6.2. Dagens Næringsliv	Utsetter gigantprosjekt	1	1	Økonomi
6.2. Stavanger Aftenblad	Sjokkman utsatt igjen	1	1	Økonomi
6.2. Aftenposten	Stockman-gass utsatt i tre år	1	1	Økonomi
6.2. Stavanger Aftenblad	Statoil satsar på skifergass	1	1	Nyheter
8.2. Stavanger Aftenblad	Sjokkman på vent	1	1	Kommentar
9.2. Nordlys	Trist dag for norsk industri	1	1	Nyheter
9.2. Stavanger Aftenblad	Hyundai 3 milliarder billigere enn Aker	1	1	Nyheter
9.2. Dagens Næringsliv	Gasslekkasje på Mongstad	1	1	Økonomi
9.2. Dagens Næringsliv	Venter resultatfall i Statoil	1	1	Økonomi
10.2. Nordlys	Norge får store Goliat-kontrakter likevel	1	1	Nyheter
10.2. Stavanger Aftenblad	Nærmer seg en Gudrun-løsning	1	1	Økonomi
10.2. Dagens Næringsliv	Varsler høyere tempo	1	1	Økonomi
10.2. Stavanger Aftenblad	Importerte hoder gir økt verdi på gasseksport	1	1	Økonomi
11.2. Bergens Tidende	Topp stemning i Casiokids	1	1	Kultur
11.2. Bergens Tidende	Lund har handla for 55 milliardar ute	1	1	Økonomi
11.2. Dagens Næringsliv	Skifergass gir inntektsras	1	1	Økonomi
11.2. Dagens Næringsliv	Saksøkes av Odfjell	1	1	Økonomi
11.2. Adresseavisen	Statoil kan bli rammet av boikott	1	1	Utland
11.2. Dagens Næringsliv	Statoil må senke prisene	1	1	Økonomi
12.2. Bergens Tidende	Statoil borer 50 nye brønner i inn- og utland år	1	1	Økonomi
12.2. Dagens Næringsliv	Undervurderer Statoils effektivitet	1	1	Økonomi
12.2. Dagens Næringsliv	Lower fest tross kollaps	1	1	Økonomi
12.2. Aftenposten	Helge Lund er gassoptimist	1	1	Økonomi
12.2. Stavanger Aftenblad	Statoil: Borer 50 nye brønner i år	1	1	Økonomi
13.2. Dagens Næringsliv	Oljesøl rundt popstøtte	1	1	Økonomi
13.2. Stavanger Aftenblad	Håper på helnorsk Gudrun	1	1	Kultur
13.2. Dagens Næringsliv	Statoils nyttige lege	1	1	Økonomi
14.2. Bergens Tidende	Skjulte Statoil-avtaler	1	1	Magasin
14.2. Aftenposten	Tvilsom rolle i Nigeria	1	1	Økonomi
15.2. Bergens Tidende	Knallhardt fall for rike søstre	1	1	Økonomi
15.2. Nordlys	2,2 mill. dollar til konsulent	1	1	Nyheter
15.2. Adresseavisen	Betalte millioner til - konsulent i Nigeria	1	1	Økonomi
15.2. Dagens Næringsliv	Mine langsiktige interesser skulle bli sikret	1	1	Magasin
15.2. Dagens Næringsliv	Hadde hemmelig oljeavtale	1	1	Magasin
16.2. Bergens Tidende	Elektrisk stemning på oljeplattformen	1	1	Økonomi
16.2. Stavanger Aftenblad	Skjerper reglene etter lekkasjer	1	1	Økonomi

16.2. Dagens Næringsliv	Oljeminister koblet inn	1			1		Økonomi
16.2. Adresseavisen	Midt-Norge tar grep om gassen	1			1		Økonomi
16.2. Dagens Næringsliv	Statoil vant mot Grynberg	1			1		Økonomi
17.2. Adresseavisen	Utvider med 400 nye kontorplasser	1			1		Nyheter
17.2. Stavanger Aftenblad	Gratis brus til oljearbeidere	1			1		Økonomi
17.2. Dagens Næringsliv	Ber Statoil finne løsning	1			1		Økonomi
18.2. Adresseavisen	Bylarmbar med suksess		1		1		Kultur
18.2. Stavanger Aftenblad	En omdiskutert kunstpris		1		1		Kultur
19.2. Bergens Tidende	Deler ut Gudrun-kontrakter				1		Økonomi
19.2. Dagens Næringsliv	Gudrun utløser 20 mrd.				1		Økonomi
19.2. Stavanger Aftenblad	Endelig grunn til å glise over Gudrun				1		Økonomi
20.2. Stavanger Aftenblad	Gleder seg ikke på forskudd				1		Økonomi
21.2. Bergens Tidende	Stipendvinner uten dårlig samvittighet		1		1		Kultur
21.2. Aftenposten	Ingrid Olava tok hedersprisen		1		1		Kultur
22.2. Fædrelandsvennen	Ingrid Olava vant Statoilstipendet		1		1		Kultur
22.2. Adresseavisen	Nå skal jeg bli stor i Japan!		1		1		Kultur
23.2. Dagens Næringsliv	Strides om bygge tempo				1		Økonomi
23.2. Dagbladet	Statoil-funn på stort dyp i Brasil				1		Nyheter
25.2. Bergens Tidende	Mongstad-kraft på nettet				1		Økonomi
27.2. Dagens Næringsliv	Lofotlobbyisten				1		Økonomi
27.2. Dagens Næringsliv	Krever sperret Statoilkonto				1		Økonomi
28.2. Bergens Tidende	Vi er bevisst på problemstillingen		1		1		Politikk
Februar		56	11	7	46	14	67
1.3. Stavanger Aftenblad	150 meter høye møller i Askjesundet?	1			1		Lokalt
1.3. Dagens Næringsliv	Har fått 1,25 millioner dollar	1			1		Økonomi
1.3. Dagens Næringsliv	Gransket etter priskutt	1			1		Økonomi
1.3. Aftenposten	Vil forsnye New York med gass	1		1	1		Økonomi
2.3. VG	Lukker nettverk diskuterer Lofoten	1			1		Nyheter
3.3. VG	Kvever boikott av nettverk	1			1		Nyheter
3.3. Dagens Næringsliv	Statoil i rør til New York	1			1		Økonomi
3.3. Aftenposten	Nordsjøen kan bli Europas CO2-lager	1			1		Økonomi
4.3. Dagens Næringsliv	Møter storkrav i retten	1		1	1		Økonomi
4.3. VG	Påspanderes herskapelig middagsluktus	1			1		Nyheter
6.3. Bergens Tidende	KrF vil stoppe Statoil	1			1		Nyheter
6.3. Dagens Næringsliv	Det siste polkappløpet	1			1		Økonomi
6.3. Dagens Næringsliv	Gir mer tross dom	1			1		Økonomi
6.3. Stavanger Aftenblad	Statoil punger ut 875 millioner til staten	1			1		Økonomi
7.3. Aftenposten	KrF kjøper aksjer for å stoppe Statoil	1			1		Politikk

8.3. VG	Vi er veldig egosentriske	1	1						Nyheter
10.3. Bergens Tidende	Råkjør under vann	1	1						Økonomi
10.3. Dagens Næringsliv	Første Marulkkontrakt tildelt	1	1						Økonomi
11.3. Stavanger Aftenblad	Stina Raustein fikk 50.000		1						Sport
11.3. Stavanger Aftenblad	Yme-olje halvannet år forsinket	1							Økonomi
11.3. VG	Spiste på Statoils regning	1							Nyheter
12.3. Adresseavisen	Turbo-Trond kjører på	1							Politikk
12.3. Stavanger Aftenblad	Snart står det 88 vindkraftverk i havet	1							Økonomi
12.3. Stavanger Aftenblad	Statoil - avd. Mosvannsparken		1						Kultur
15.3. Bergens Tidende	Suksessen ut av norsk farvatn	1			1				Økonomi
16.3. Bergens Tidende	Redusert rensing på gasskraftverk	1							Økonomi
16.3. Dagens Næringsliv	Kullkjempe gir gass	1							Økonomi
16.3. Aftenposten	Statoil felte Børsen	1							Økonomi
17.3. Nordlys	Bygger oljebrønner raskere	1							Nyheter
18.3. Aftenposten	Statoil utvider i Mexicogulfen	1							Økonomi
18.3. Dagens Næringsliv	Statoil rigger seg til	1							Økonomi
19.3. Dagens Næringsliv	Sponsorkjø i Holmenkollen	1							Økonomi
19.3. Dagens Næringsliv	21 nye Statoil-lisenser	1	1						Økonomi
20.3. Dagens Næringsliv	Gassboom skaper bråk	1							Økonomi
23.3. Bergens Tidende	Ny rensering: 50 milliarder kr.	1							Nyheter
23.3. Stavanger Aftenblad	Skyhøg pris på kårstø-reinsing	1							Økonomi
23.3. VG	Bøigen igjen		1						Kultur
23.3. Dagens Næringsliv	Skryster av storfunn	1							Økonomi
23.3. Stavanger Aftenblad	Klar for milliardjobber	1							Økonomi
24.3. Adresseavisen	Eni prøver seg på Marulk	1							Økonomi
24.3. Stavanger Aftenblad	Hun skal forme Statoils fremtid	1	1						Jobb og utdanning
24.3. Stavanger Aftenblad	Visjonær sommerjobb i Statoil	1	1						Forside
24.3. Stavanger Aftenblad	Her jobber Statoil	1							Lokalt
24.3. Stavanger Aftenblad	41 kranførere tapte rettssak mot Statoil	1							Økonomi
25.3. Stavanger Aftenblad	Gull i gamle plattform	1							Økonomi
25.3. Stavanger Aftenblad	Statoil nesten alene i Earth Hour	1							Økonomi
26.3. Nordlys	Laukvik også på oljekartet til OLF	1	1						Nyheter
27.3. VG	I Hammerfest lever de godt på gassvirksomheten	1							Magasin
27.3. Dagens Næringsliv	Opphevet sperret konto	1					1		Økonomi
28.3. VG	«Månelandingen» trolig utsatt igjen	1							Nyheter
29.3. Vårt Land	Frp forlanger redegjørelse om Mongstad	1							Politikk
30.3. Dagsavisen	SV krever dato for månelanding	1							Politikk
30.3. Stavanger Aftenblad	Oppfinner i kopikrangel	1							Økonomi

30.3. Aftenposten	Tatt til nåde av Gadafi igjen	1						1			Økonomi
31.3. Stavanger Aftenblad	Livbåtmiljø vet lite om nykommer	1						1			Økonomi
		47	8				8	43	4		55
6.4. Stavanger Aftenblad	Dobbelt så mange anbud i fjor	1						1			Økonomi
7.4. Dagens Næringsliv	Får fart på oljekakten	1						1			Økonomi
8.4. Nordlys	Fant mer olje	1						1			Notis
8.4. Stavanger Aftenblad	Vil eksportere «Gave til byen»-konserten		1				1				Kultur
8.4. Stavanger Aftenblad	Statoil fant olje nord for Norge	1						1			Økonomi
8.4. Aftenposten	Statoil fant olje og gass i Norskehavet	1						1			Økonomi
8.4. Klassekampen	Fant olje og gass	1						1			Nyheter
9.4. Aftenposten	Truer norske gassinntekter	1						1			Kommentar
9.4. Stavanger Aftenblad	Jakter på morgendagens orkesterhelter		1				1				Kultur
10.4. Dagbladet	Oljens gisler		1				1				Magasin
10.4. Stavanger Aftenblad	Statoil-menn veier 90 kilo	1						1			Nyheter
11.4. VG	Oljeboom på bunnen	1						1			Nyheter
12.4. Dagens Næringsliv	Blåser inn millioner	1						1			Økonomi
13.4. VG	Verdens rikeste by	1						1			Nyheter
14.4. Dagens Næringsliv	Går til sak mot Shell	1						1			Økonomi
15.4. Nordlys	Milliardkontrakt til Seadrill	1						1			Nyheter
16.4. Bergens Tidende	Askeskyen blir enda større i dag	1						1			Nyheter
16.4. Dagens Næringsliv	Fuller helikopterterminaler	1						1			Økonomi
17.4. Bergens Tidende	Taksameteret går offshore	1						1			Økonomi
17.4. Stavanger Aftenblad	Milliardbom for oljeindustrien	1						1			Økonomi
17.4. Dagens Næringsliv	Oljestriden i nord trappes opp	1						1			Økonomi
17.4. VG	Statoil - vil bore	1						1			Nyheter
17.4. Aftenposten	Tror ikke på nye oljetall	1						1			Økonomi
18.4. VG	Angrer bittert på olje-ja	1						1			Nyheter
18.4. Aftenposten	Pianist med romantisk jubelår						1		1		Kultur
18.4. Dagbladet	Statoil godtar ikke oljetall	1						1			Nyheter
19.4. Bergens Tidende	Slått bevisstløs og voldtatt i Mongstad-brakke	1						1			Nyheter
19.4. Bergens Tidende	Statoil vurderer skip til Nordstjøen							1			Nyheter
19.4. Dagens Næringsliv	På siste fly til München	1						1			Økonomi
19.4. Dagens Næringsliv	Storfangst med Statoil	1						1			Økonomi
20.4. Aftenposten	Klart for utbygging av gassfelt i nord	1						1			Økonomi
20.4. Fædrelandsvennen	Statoil må ut av oljesanden	1						1			Økonomi
21.4. Nordlys	Vil bygge demo-anlegg	1						1			Nyheter
21.4. Stavanger Aftenblad	Norge på forsøksstadiet	1					1				Kommentar
21.4. Stavanger Aftenblad	Små ringvirkninger av havmøller	1						1			Økonomi

Omdømmerisiko og media - Betydningen av en bedrifts omdømme for medieomtale.

22.4. Nordlys	Fyrte løs om «industrieffendtlige Melkøya»	1		1		Nyheter
22.4. Nordlys	Ingen fra nord i Statoil-styret	1			1	Nyheter
22.4. Aftenposten	Hammerfest skal skinne	1	1			Økonomi
22.4. VG	Anmelder Statoil	1			1	Nyheter
23.4. Dagsavisen	Kan redusere utslipp fra oljesand	1		1		Økonomi
23.4. Adresseavisen	Draupne skuffet ikke	1		1		Økonomi
23.4. Stavanger Aftenblad	Lofot-olje kan holde liv i 8000 jobber	1		1		Økonomi
23.4. VG	De ansatte er redde	1			1	Nyheter
23.4. Stavanger Aftenblad	Statoil i Canada: -93 prosent av skogen er uberørt	1		1		Utland
23.4. Aftenposten	Bellona anmelder Statoil for giftutslipp	1		1		Notis
24.4. Bergens Tidende	Statoil dropper norsk	1		1		Notis
24.4. Vårt Land	Avventer månelandingen	1		1		Notis
24.4. Dagens Næringsliv	Ber om fullt trøkk på Shtokman	1		1		Økonomi
24.4. Stavanger Aftenblad	Statoil dropper norsk	1	1			Nyheter
25.4. Dagbladet	Ville femdoble stipendet	1		1		Kultur
26.4. Bergens Tidende	Oljesøppel forurensar Nordsjøen	1	1			Økonomi
27.4. Stavanger Aftenblad	Olje- formuen på museum	1		1		Økonomi
27.4. Nationen	Tøffere holdning mot Iran-virksomhet	1		1		Utland
27.4. VG	Lekk avfallsbrønn flyttet 5 meter	1		1		Nyheter
27.4. Stavanger Aftenblad	Trekk dere ut	1			1	Nyheter
27.4. Stavanger Aftenblad	Statoil nektet eiere adgang	1			1	Nyheter
27.4. Stavanger Aftenblad	Statoil nektet eiere adgang	1			1	Forside
28.4. Bergens Tidende	Erik Huseklepp sparket i gang utstillingen	1	1			Nyheter
28.4. Stavanger Aftenblad	Miljøengasjerte 10-14-åring	1	1			Kultur
28.4. VG	Åpner for gassboom	1		1		Nyheter
28.4. Dagens Næringsliv	Da havet delte seg	1		1		Økonomi
28.4. Stavanger Aftenblad	9.-klassinger fikk smaken på jobb i oljå	1	1			Økonomi
28.4. Stavanger Aftenblad	Olava til Bjergsted	1		1		Jobb og utdanning
28.4. Adresseavisen	Statoil: - Historisk begivenhet	1			1	Kultur
28.4. Stavanger Aftenblad	Langt fram for ny olje	1		1		Utland
28.4. Stavanger Aftenblad	Men først om 20 år kommer oljen	1	1			Nyheter
28.4. Dagens Næringsliv	Krever svar fra Statoil	1			1	Forside
28.4. Dagens Næringsliv	Oljegyant mot Statoil og Petoro	1		1		Økonomi
28.4. Stavanger Aftenblad	Oljesandnekt svekker Statoil	1		1		Økonomi
29.4. Dagens Næringsliv	Utslipp vil øke oljemotstanden	1		1		Økonomi
29.4. Dagsavisen	Slik utvinnes olje fra oljesand	1		1		Nyheter
29.4. Stavanger Aftenblad	Arktisk olje 50 prosent dyrere	1		1		Økonomi
30.4. Stavanger Aftenblad	Statoil lot WWF være vert	1		1		Økonomi

April	61	12	7	53	13	73	
2.5. VG	1			1			Nyheter
2.5. Aftenposten	1			1			Nyheter
2.5. Aftenposten	1				1		Økonomi
3.5. Stavanger Aftenblad		1		1			Kultur
3.5. Dagens Næringsliv	1			1			Økonomi
4.5. Bergens Tidende	1			1			Økonomi
4.5. Dagens Næringsliv	1			1			Økonomi
4.5. VG	1			1			Nyheter
4.5. Aftenposten	1			1			Nyheter
4.5. Dagens Næringsliv	1			1			Økonomi
4.5. Klassekampen	1			1			Nyheter
5.5. Stavanger Aftenblad	1			1			Økonomi
5.5. VG	1			1			Nyheter
6.5. VG	1			1			Nyheter
6.5. Stavanger Aftenblad	1			1			Økonomi
6.5. Dagsavisen	1			1			Økonomi
6.5. Dagens Næringsliv	1			1			Økonomi
6.5. Dagens Næringsliv	1			1			Økonomi
6.5. Stavanger Aftenblad	1			1			Økonomi
6.5. Aftenposten	1			1			Økonomi
7.5. Stavanger Aftenblad	1			1			Økonomi
7.5. Dagsavisen	1			1			Nyheter
7.5. Dagens Næringsliv	1			1			Økonomi
7.5. Dagbladet	1			1			Nyheter
7.5. VG	1			1	1		Nyheter
8.5. Stavanger Aftenblad	1			1			Økonomi
10.5. Stavanger Aftenblad	1			1			Økonomi
11.5. Stavanger Aftenblad	1			1			Politikk
11.5. Dagsavisen	1			1			Nyheter
11.5. Nationen	1			1			Nyheter
11.5. Stavanger Aftenblad	1		1	1			Økonomi
12.5. Bergens Tidende	1			1			Økonomi
12.5. Dagens Næringsliv	1			1	1		Økonomi
12.5. Dagbladet	1			1			Nyheter
15.5. Bergens Tidende	1			1			Økonomi
15.5. Bergens Tidende	1			1			Forside
15.5. Nationen	1			1			Nyheter

15.5. Dagens Næringsliv	Vil ha flere ingeniører	1				1			Økonomi
15.5. Dagsavisen	Den norske ambassaden i Aserbadsjan	1				1			Magasin
18.5. Bergens Tidende	Økende motstand mot oljesand	1				1			Notis
18.5. Aftenposten	Advarer om fare for norsk oljeulykke	1				1			Nyheter
18.5. Stavanger Aftenblad	Advarer om mulig norsk oljeulykke	1				1			Økonomi
18.5. Dagbladet	Dyppet det norske flagget i tjære Oljesand	1				1			Nyheter
18.5. Adresseavisen	Staten kan kreve oljesandstopp	1				1			Nyheter
18.5. Stavanger Aftenblad	Staten kan kreve oljesandstopp	1				1			Økonomi
19.5. Dagsavisen	Oljesand utsatt	1				1			Forside
19.5. Dagsavisen	Olje protester slås ned	1				1			Nyheter
19.5. Vårt Land	Kirkefond ber Statoil kutte ut oljesand	1				1			Nyheter
19.5. Aftenposten	Refser Statoil for dårlig eierstyring	1				1			Økonomi
19.5. Dagbladet	Ikke noe Statoil bør drive med	1				1			Notis
19.5. Aftenposten	Et skritt nærmere Fjordbyen	1				1			Nyheter
20.5. Dagsavisen	Tjæresandtap – igjen	1				1			Nyheter
20.5. Stavanger Aftenblad	Oljesand-motstanden øker	1				1			Nyheter
20.5. Adresseavisen	Statoil-avtale vil sikre 40 årsverk	1				1			Økonomi
20.5. Adresseavisen	Statoil fortsetter med oljesand	1				1			Nyheter
20.5. Vårt Land	Mener Statoil mangler aksjonærstyring	1				1			Nyheter
21.5. Bergens Tidende	Mongstad innfrir ikke strauimløfte	1				1			Økonomi
21.5. Bergens Tidende	Statoils svineri	1				1			Nyheter
21.5. Nationen	Klima renner ut i sanden	1				1			Økonomi
21.5. Stavanger Aftenblad	En nokså skitten grønnefarge	1				1			Kommentar
21.5. Vårt Land	Skygger oljesanddebatt	1				1			Kommentar
21.5. Klassekampen	Oljesand II	1				1			Nyheter
22.5. Stavanger Aftenblad	Unge orkestertalenter	1		1		1			Kommentar
22.5. Aftenposten	Uenige om Gullfaks-utblåsning	1				1			Kommentar
22.5. Stavanger Aftenblad	Statoil mangler trykkontroll på Gullfaks C	1				1			Nyheter
22.5. Aftenposten	Statoil: Stabilit Tilsynet: Ustabil	1				1			Kommentar
22.5. Aftenposten	Statoil tjener 10 mrd. på oljefeltsalg	1				1			Kultur
22.5. Vårt Land	Anmelder Statoil	1				1			Nyheter
22.5. Dagens Næringsliv	Milliardgevinst for Statoil	1			1	1			Økonomi
23.5. VG	Bygger CO2-reneanlegg på halve tiden	1				1			Nyheter
25.5. Nordlys	Kirkelig nei til tjæresand	1				1			Økonomi
25.5. Stavanger Aftenblad	Sementplugg skal gi Statoil kontroll ved Gullfaks C	1				1			Magasin
26.5. Dagens Næringsliv	Iq-testing splitter jobbsøkerne	1				1			Nyheter
26.5. Stavanger Aftenblad	Statoil har ikke kontroll på borevæskutslipp	1		1		1			Økonomi
27.5. Stavanger Aftenblad	Cash til meir vekst i Brasil	1				1			Nyheter
									Økonomi

27.5. Stavanger Aftenblad	Statoil taper millioner på Gullfaks C	1			1			Økonomi
28.5. Bergens Tidende	Skjulte Mongstad-tall i syv måneder	1			1			Nyheter
28.5. Dagens Næringsliv	Stanser boring i nord	1			1			Økonomi
29.5. Dagbladet	Holdt tilbake informasjon	1			1			Nyheter
29.5. Dagens Næringsliv	Vil bremse oljeproduksjonen	1			1			Økonomi
29.5. Stavanger Aftenblad	Boreforbud kan koste en milliard	1			1			Økonomi
30.5. VG	Nøyer seg med halvrensing	1			1			Nyheter
31.5. Bergens Tidende	Press for mobilbruk offshore	1			1			Økonomi
31.5. Aftenposten	Oljevern med fiskebåter	1			1			Økonomi
		81	3	3	62	19	84	
1.6. Dagsavisen	grilles om månelanding	1			1			Nyheter
1.6. Stavanger Aftenblad	Gullfaks C vekker oppsikt	1			1			Økonomi
1.6. Stavanger Aftenblad	Her starter Norges vindeventyr i England	1	1					Økonomi
2.6. Dagens Næringsliv	Hauge varsler rabalder	1			1			Økonomi
2.5. Vårt Land	Krever krisegaranti	1			1			Økonomi
2.6. Dagens Næringsliv	Gasslekkasje på Kårstø	1			1			Økonomi
2.6. Aftenposten	Manglet ansatte til måne landing	1			1			Økonomi
2.6. VG	Før spaden er satt i jorden har Staten planlagt for 13 milliarder	1			1			Nyheter
2.6. Stavanger Aftenblad	Evakuering av Kårstø-anlegg	1			1			Nyheter
2.6. Stavanger Aftenblad	Første sementplugg satt i Gullfaks-brønnen	1			1			Økonomi
2.6. Aftenposten	Statoil stanser leteboring i Mexicogulven	1			1			Økonomi
2.6. Dagens Næringsliv	I strupen på Statoil	1			1			Økonomi
3.6. Nordlys	Bellona: - Ulykken kunne skjedd her	1			1	1		Nyheter
3.6. Dagsavisen	Økt skepsis mot boring i Lofoten	1			1	1		Nyheter
3.6. Stavanger Aftenblad	Et klart varsku for norsk oljeaktivitet	1			1			Økonomi
3.6. Stavanger Aftenblad	Mer olje fra havbunnen	1			1			Økonomi
3.6. Dagens Næringsliv	Ut i verden med ny teknologi	1			1			Økonomi
3.6. Aftenposten	Gasskraft. Høyt spill om brutte miljøøfter	1			1	1		Nyheter
3.6. Dagens Næringsliv	Satset 50 milliarder i gulven	1			1			Økonomi
3.6. VG	Se, Jens - her er din månelanding	1			1	1		Økonomi
4.6. Stavanger Aftenblad	Portrettet: Med olje i sand som drømmejobb	1	1		1			Magasin
4.6. Dagens Næringsliv	Informerte ikke departementet	1			1			Økonomi
4.6. Dagens Næringsliv	Statoil skjulte CO2-patent	1			1	1		Økonomi
4.6. Stavanger Aftenblad	Skjuler utvikling av egen teknologi	1			1	1		Nyheter
5.6. Bergens Tidende	Statoil blir beskyldt for løgn i Stortinget	1			1			Nyheter
5.6. VG	Ingen tak på milliardkostnadene	1			1	1		Nyheter
5.6. Dagens Næringsliv	Bryter grenser på norsk sokkel	1			1			Økonomi
5.6. Dagens Næringsliv	Vil melke Melkøya	1			1			Økonomi

5.6. Dagens Næringsliv	Nedtonet risiko i letesøknader	1				1	Økonomi
5.6. Aftenposten	Snuser på Statoil	1				1	Økonomi
5.6. Dagens Næringsliv	Krever svar fra Statoil	1				1	Økonomi
6.6. Bergens Tidende	Her starter et norsk vindeventyr	1		1			Utland
7.6. Klassekampen	Kina trumfar Noreg	1				1	Utland
8.6. Bergens Tidende	Sjekkar faren for utblåsing	1				1	Økonomi
8.6. Bergens Tidende	Statsråden festar lit til Statoil	1				1	Økonomi
8.6. Dagens Næringsliv	Stoler på gassulent Europa	1				1	Økonomi
8.6. Stavanger Aftenblad	Bellona overarbeidet - ber om «time-out»	1				1	Økonomi
9.6. Adresseavisen	Gigant eller flopp	1				1	Sport
9.6. Aftenposten	Juniorer i medvind	1	1			1	Økonomi
9.6. Stavanger Aftenblad	To sementpluggar i Gullfaks-brønn	1				1	Politikk
9.6. Klassekampen	Eit lukka maktriangel	1				1	Jobb og utdanning
10.6. Aftenposten	I kø for matte	1				1	Økonomi
10.6. Dagens Næringsliv	90 mrd. tapt siden BP-ulykken	1				1	Utland
12.6. Bergens Tidende	Kina med klare planer for Nordpolen	1				1	Nyheter
12.6. Nordlys	Umulig å gj ulykkesgaranti	1				1	Økonomi
12.6. Dagsavisen	Ber oljebransjen være føre-var	1				1	Nyheter
12.6. Dagbladet	Nå kommer strengere krav på norsk sokkel	1				1	Økonomi
12.6. Fædrelandsvennen	Umulig å gi garanti	1				1	Økonomi
12.6. Adresseavisen	Umulig å gi garanti	1				1	Økonomi
14.6. Bergens Tidende	Fare for streik på Gullfaks og Draugen	1				1	Økonomi
14.6. Bergens Tidende	«Gjøa» utvidar oljekartet	1			1		Økonomi
14.6. Dagens Næringsliv	Tryggere på dypet	1				1	Økonomi
14.6. Stavanger Aftenblad	Olava sto fast, Paperboys ordnet fest	1		1			Kultur
14.6. Stavanger Aftenblad	«Gjøa»-investering vil vera tent inn på litt over eit år	1				1	Økonomi
14.6. Aftenposten	Gjøa-plattformen til Nordsjøen	1				1	Notis
16.6. Dagens Næringsliv	Anbefaler Statoil å kjøpe BP-partner	1				1	Økonomi
17.6. Dagsavisen	Gir Røkke Mongstad-teknologien	1				1	Økonomi
17.6. Stavanger Aftenblad	Forsinket oppstart på Gullfaks C	1				1	Økonomi
17.6. Stavanger Aftenblad	Heige Lund vil ikke betal	1				1	Økonomi
19.6. Aftenposten	Vil gi mer gass i nord	1				1	Økonomi
19.6. Stavanger Aftenblad	Statoil og Gazprom skal lete sammen i nord	1				1	Økonomi
21.6. Dagens Næringsliv	Drømmer om offentlig sektor	1				1	Jobb og utdanning
22.6. Dagsavisen	Ber norge ta grøn sjefsrolle	1				1	Nyheter
22.6. Dagens Næringsliv	Selskapene som smører oljeøkonomien	1				1	Økonomi
24.6. Adresseavisen	Oljeslaget står fortsatt om Lofoten	1				1	Økonomi
24.6. Stavanger Aftenblad	Bråbrems i Vestens oljefest	1				1	Nyheter

25.6. Bergens Tidende	Samler all aktivitet med nytt storbygg	1	1	1	1	Økonomi	
26.6. Stavanger Aftenblad	Servicebedrifter kjemper om milliardkontrakter	1	1	1	1	Økonomi	
26.6. Stavanger Aftenblad	Statoil deler ut kontrakter for 50 milliarder	1	1	1	1	Forside	
26.6. Stavanger Aftenblad	Statoil tapte mot kantineansatt	1	1	1	1	Økonomi	
28.6. Aftenposten	Finner veien til topps	1	1	1	1	Sport	
29.6. Aftenposten	Oljelekkasje midt i Oslo	1	1	1	1	Økonomi	
30.6. Adresseavisen	Statoils beste brønn	1	1	1	1	Økonomi	
30.6. Stavanger Aftenblad	Statoil må utsette boring på Gullfaks	1	1	1	1	Økonomi	
		66	8	7	55	12	74
Juni							
1.7. Bergens Tidende	Olje-Bergens store dag	1	1	1	1	Økonomi	
1.7. Vårt Land	Smågutar på besøk hjå dei store	1	1	1	1	Kultur	
1.7. Stavanger Aftenblad	Nye koster slipper til på Statoil-plattform	1	1	1	1	Økonomi	
1.7. Aftenposten	5000 oljeansatte sikret jobb	1	1	1	1	Økonomi	
1.7. Adresseavisen	Fikk gigantoppdrag på norsk sokkel	1	1	1	1	Økonomi	
1.7. Stavanger Aftenblad	Nye koster på Statoil-plattform	1	1	1	1	Forside	
1.7. Dagens Næringsliv	Statoil med rammeavtaler til 49 milliarder	1	1	1	1	Økonomi	
2.7. Dagens Næringsliv	Til bunns med robot	1	1	1	1	Økonomi	
2.7. Adresseavisen	Milliardkontrakt gir jobber	1	1	1	1	Økonomi	
2.7. Stavanger Aftenblad	Fleire Statoil- milliarder er tildelt	1	1	1	1	Økonomi	
2.7. Adresseavisen	Nye milliardkontrakter fra Statoil	1	1	1	1	Økonomi	
3.7. Fædrelandsvennen	Millionkontrakt gir Båtservice håp	1	1	1	1	Økonomi	
3.7. Klassekampen	Oljeselskap trekker seg	1	1	1	1	Økonomi	
5.7. Dagens Næringsliv	De store er bedre	1	1	1	1	Utland	
5.7. Dagens Næringsliv	Brennbart vann	1	1	1	1	Økonomi	
6.7. Stavanger Aftenblad	IKM ansetter minst 100	1	1	1	1	Magasin	
7.7. Stavanger Aftenblad	Fleire feil på Yme-plattform	1	1	1	1	Økonomi	
7.7. Aftenposten	Statoil gir etter for krav om norsk	1	1	1	1	Økonomi	
8.7. Dagens Næringsliv	Kjøper Statoil-seiskap	1	1	1	1	Nyheter	
8.7. Fædrelandsvennen	Los-jafs med Statoil-strøm	1	1	1	1	Økonomi	
8.7. Stavanger Aftenblad	Statoil ut av strømm	1	1	1	1	Økonomi	
9.7. Stavanger Aftenblad	Norsk sikkerhet selger	1	1	1	1	Økonomi	
9.7. Dagens Næringsliv	Avgifter struper Kårstø	1	1	1	1	Økonomi	
10.7. Adresseavisen	Fremtids- forskeren	1	1	1	1	Økonomi	
12.7. Aftenposten	Statoil fikk 500 søkere til 12 oljejobber i nord	1	1	1	1	Magasin	
14.7. Nordlys	Snøhvit som terrormål	1	1	1	1	Økonomi	
14.7. Stavanger Aftenblad	Frykter det blir færre Statoil-ansatte	1	1	1	1	Nyheter	
15.7. Dagens Næringsliv	Innfører oljeskatt	1	1	1	1	Økonomi	
15.7. Stavanger Aftenblad	Aker får mer av Gudrun	1	1	1	1	Økonomi	

15.7. Dagens Næringsliv	Skal spleise Gudrun	1			1		Økonomi
16.7. Stavanger Aftenblad	Statoil stoppet ikke privatbåt	1				1	Økonomi
17.7. Nordlys	Få fart i Smøwhit-rensingen	1			1		Nyheter
17.7. Stavanger Aftenblad	Radar er ingen garanti for småbåter	1			1		Økonomi
17.7. Klassekampen	Dyrt Statoil-kutt	1				1	Nyheter
18.7. Aftenposten	Vurderer å stenge gasskraftverk	1			1		Økonomi
19.7. Dagens Næringsliv	Uklar ansvarsfordeling	1			1		Økonomi
19.7. Dagens Næringsliv	Driver frem hurtigfelt	1			1		Økonomi
20.7. Dagens Næringsliv	12.500 kroner per fotballtalent		1				Sport
20.7. Stavanger Aftenblad	Hver fjerde taler under ONS er en kvinne		1				Økonomi
20.7. Adresseavisen	Statoil borer dypt nær Mexicogolfen	1			1		Økonomi
21.7. Stavanger Aftenblad	Aker tapte for Albel	1			1		Økonomi
21.7. Adresseavisen	Aibel skal bygge Gudrun-plattformen	1			1		Økonomi
23.7. Dagsavisen	Strengt krav til leteboring	1			1		Økonomi
23.7. Stavanger Aftenblad	Statoil ga opp - Wintershall fant	1			1		Økonomi
24.7. Dagens Næringsliv	Nytt oljeeventyr	1			1		Økonomi
26.7. Stavanger Aftenblad	Nytt skip inn i leiteboring i Barentshavet	1			1		Økonomi
27.7. Fædrelandsvennen	Vil bygge gassjernetverk	1			1		Økonomi
27.7. Aftenposten	Vi er på den grønne gren	1			1		Økonomi
29.7. Dagens Næringsliv	Oljesmurt industri	1			1		Økonomi
29.7. Dagsavisen	Mener staten må tøyte Statoils vekst	1				1	Utland
29.7. Stavanger Aftenblad	Mener staten må tøyte Statoils vekst	1			1		Økonomi
29.7. Adresseavisen	Mener staten må tøyte Statoils vekst	1				1	Økonomi
29.7. Klassekampen	Må tøyte Statoil	1			1		Økonomi
30.7. Bergens Tidende	Nedskrivningene svekker resultatet	1			1		Nyheter
30.7. Bergens Tidende	Lokomotivet i Hordaland sliter	1			1		Nyheter
30.7. Dagens Næringsliv	Børsens gigant skuffet	1			1		Økonomi
30.7. Dagsavisen	BP-utblåsning påfører Statoil milliontap	1			1		Økonomi
30.7. Dagens Næringsliv	Skuffende tall	1			1		Nyheter
30.7. Dagens Næringsliv	Kan tape 0,6 mrd. på borestopp	1			1		Økonomi
30.7. Fædrelandsvennen	Snuser på BP-eiendeler	1			1		Økonomi
30.7. Dagens Næringsliv	Følger ikke norske regler utenlands	1				1	Økonomi
30.7. Dagens Næringsliv	Doblet overskuddet - på papiret	1			1		Økonomi
30.7. Adresseavisen	BP-utblåsning på- fører Statoil store tap	1			1		Økonomi
30.7. Stavanger Aftenblad	Analytiker tror Statoil vil kjøpe BP-andeler	1		1			Økonomi
30.7. Stavanger Aftenblad	Statoil holdt kjøft om Lofote	1			1		Økonomi
30.7. Aftenposten	Tror på Mexicogulven	1			1		Økonomi
31.7. Bergens Tidende	Stort driftsunderskudd på Mongstad	1			1		Økonomi

Juli	31.7. Bergens Tidende	Lindås og Statoil i kamp om 600 mill.	1				1				Økonomi
	31.7. Dagens Næringsliv	Milliardsatsing ga dråper	1				1				Økonomi
	31.7. Dagsavisen	Mener Statoil pynter på resultatene	1				1				Økonomi
	3.8. Dagsavisen	Nytt oljefelt i produksjon	65	5	4	59	7	70			Økonomi
	4.8. Bergens Tidende	Storkontraktene ryk for Aker Stord	1			1					Økonomi
	4.8. Stavanger Aftenblad	Lyse-møller snart plassert	1			1					Lokalt
	4.8. Dagens Næringsliv	Folketrygdfondet solgte før Statoil-smell	1			1	1				Økonomi
	6.8. Nationen	Obama vil la Statoil lete etter olje i Alaska	1			1					Utland
	8.8. Aftenposten	Full seier mot Statoil	1			1					Jobb og utdanning
	9.8. Stavanger Aftenblad	Statoil: -Vi har gått i oss selv	1			1					Økonomi
	11.8. Stavanger Aftenblad	Oljen ikke med i regionale tall for verdiskapning	1			1					Økonomi
	12.8. Fædrelandsvennen	Utbygging av Angola-prosjekt godkjent	1			1					Økonomi
	12.8. Dagens Næringsliv	Stor interesse for Statoil-lån	1		1	1					Økonomi
	12.8. Adresseavisen	Statoil-prosjekt i Angola godkjent	1			1					Økonomi
	13.8. Bergens Tidende	Reddes av gasskraft	1			1					Økonomi
	13.8. Stavanger Aftenblad	Norske pianisters store læremester	1	1	1	1					Nyheter
	14.8. Nordlys	159 ulykker og uheil på norsk sokkel i andre kvartal	1			1					Kultur
	14.8. Dagsavisen	Bestill musikk til begravelsen! Sjøtkman er død.	1			1					Nyheter
	14.8. Fædrelandsvennen	Det er i Brasil det skjer	1			1			1		Magasin
	18.8. Dagens Næringsliv	Trosser skepsisen	1			1					Utland
	18.8. Stavanger Aftenblad	Skotter vil ha Hywind-søstre	1			1					Utland
	19.8. Aftenposten	Lobbyistbesøk hver uke	1			1					Økonomi
	20.8. Bergens Tidende	Flytting skaper frykt	1			1			1		Politikk
	20.8. Stavanger Aftenblad	Bortenfor petroleumssølet	1			1					Økonomi
	20.8. Stavanger Aftenblad	Full stans på kårstø	1			1					Magasin
	20.8. Dagens Næringsliv	Ser signal om Nord-Amerika-satsing	1			1					Nyheter
	20.8. Stavanger Aftenblad	Store endringer i Statoil	1			1					Økonomi
	20.8. Adresseavisen	Store endringer i Statoil-ledelsen	1			1					Økonomi
	20.8. Aftenposten	Mer internasjonal ledelse i Statoil	1			1					Økonomi
	20.8. Dagens Næringsliv	Statoil-mannen	1			1					Økonomi
	21.8. Bergens Tidende	Forlater Bergen	1			1					Økonomi
	21.8. Dagens Næringsliv	Hardt presset, tror på åpning	1			1					Økonomi
	21.8. Dagens Næringsliv	Statoils irske soldat	1			1					Økonomi
	21.8. Stavanger Aftenblad	Statoil vurderer å droppe grunn satsing	1			1			1		Magasin
	21.8. Dagens Næringsliv	Vil overføre Libya-andel til Statoil	1			1					Forside
	22.8. Stavanger Aftenblad	Helge Lund sår tvil om grunn satsing	1			1			1		Økonomi
	22.8. Bergens Tidende	Vinden blåser nytt liv i halvdøde Wells	1			1			1		Økonomi
			1			1					Utland

23.8. Bergens Tidende	Milliardsatsing skal stoppe ny utblåsing	1		1		Utland
23.8. Stavanger Aftenblad	Stort Statoil gir lite til resten	1		1		Økonomi
23.8. Stavanger Aftenblad	Statoil uten grønnfarge	1		1		Kommentar
23.8. Dagens Næringsliv	Statoil-hjelperne krangler fortsatt	1		1		Økonomi
23.8. Klassekampen	Vil bruke eiermakt	1		1		Nyheter
24.8. Stavanger Aftenblad	Statoilsjefen gleder seg til stjernetreff på ONS	1	1	1		Økonomi
24.8. Dagsavisen	statoil-sjefen får en vekker	1		1		Nyheter
24.8. Dagens Næringsliv	Grønt må konkurrere	1		1		Økonomi
24.8. Aftenposten	Oljemesse i fryktens tegn	1		1		Økonomi
24.8. VG	Lagret telefonsamtaler	1		1	1	Nyheter
25.8. Bergens Tidende	Snorre lever lengst	1		1		Økonomi
25.8. Dagsavisen	Klimahyklere	1		1		Politikk
25.8. Stavanger Aftenblad	Stoltenberg vil gjøre fornybart lønnsomt	1		1		Økonomi
25.8. Dagens Næringsliv	Tre nye hurtigfelt	1		1		Økonomi
25.8. Aftenposten	Musikernes oljeeventyr	1	1	1		Kultur
25.8. Aftenposten	Snorre kan leve til 2040	1		1		Økonomi
26.8. Nordlys	Statoil er ikke avhengig av Lofoten og Vesterålen	1		1		Nyheter
26.8. Stavanger Aftenblad	Laber gassmarknad i fem år til	1		1		Økonomi
26.8. Dagens Næringsliv	Britene løyer	1		1		Økonomi
26.8. Dagens Næringsliv	Nei takk til skifergass	1		1		Økonomi
26.8. Dagens Næringsliv	Vil bli operatør	1		1		Økonomi
26.8. Aftenposten	Statoil vil utvinne skifergass i Kina	1		1		Økonomi
27.8. Dagens Næringsliv	Tror på storinvestering	1		1		Økonomi
27.8. Stavanger Aftenblad	ONS 2010	1	1	1		Økonomi
27.8. Stavanger Aftenblad	Gjøa-sjefen klar for ilddåp	1		1		Økonomi
27.8. Dagens Næringsliv	Kan bli en fase til på Peregrino	1		1		Økonomi
30.8. Dagbladet	Her vil studentene jobbe	1		1		Økonomi
31.8. Bergens Tidende	Statoil og Odfjell saksøker hverandre	1		1		Jobb og utdanning
31.8. Stavanger Aftenblad	Anker kan truga lys og varme	1		1		Økonomi
31.8. Stavanger Aftenblad	Odfjell har saksøkt Statoil	1		1		Økonomi
31.8. Dagens Næringsliv	Odfjell og Statoil i milliardkrangel	1		1		Økonomi
August		56	9	49	6	65
1.9. Stavanger Aftenblad	Oljealderen på nedtur - omsider	1		1		Økonomi
1.9. VG	Saksøker Statoil	1	1	1	1	Nyheter
1.9. Dagbladet	Vaskejobb: 750000 i årslønn	1		1		Nyheter
1.9. Dagens Næringsliv	Blir pensjonist og partner	1		1		Økonomi
1.9. Stavanger Aftenblad	Operatøransatte tjente 962.000 kroner i fjor	1		1		Økonomi
1.9. Stavanger Aftenblad	Jeg ble syk av å jobbe i Statoil	1		1	1	Forside

1.9. Stavanger Aftenblad	Jeg ble syk av å jobbe i Statoil	1				1			Nyheter
1.9. Stavanger Aftenblad	Statoil drysser millioner over gründerbedrifter	1	1			1			Jobb og utdanning
2.9. Aftenposten	Omstridt gassfunn	1					1		Økonomi
3.9. Dagens Næringsliv	Ny riggeksplosjon i Mexicogulfen	1					1		Økonomi
3.9. Dagens Næringsliv	Neste sjef skal være intern	1					1		Økonomi
3.9. Dagens Næringsliv	Blir et liv etter Gro	1					1		Økonomi
3.9. Stavanger Aftenblad	Fritt fram for småbåter offshore	1					1		Økonomi
3.9. Stavanger Aftenblad	Strid om verneombudene i Statoil	1					1		Økonomi
4.9. Dagens Næringsliv	Tror småaktørene vil overleve	1					1		Nyheter
4.9. Stavanger Aftenblad	Statoil ansetter utlendinger, men vil at de skal tenke norsk	1					1		Nyheter
5.9. Aftenposten	Gir millioner til gründerne	1					1		Nyheter
6.9. Dagbladet	Hever dobbel lønn og gransker sine egne	1					1		Nyheter
7.9. Dagens Næringsliv	Simulator skal gi sikrere boring	1					1		Økonomi
7.9. Dagbladet	Jeg har en ekkel følelse	1					1		Nyheter
8.9. Bergens Tidende	Får sjansen i Statoil	1					1		Nyheter
8.9. Dagbladet	Bjurstrøm krever forklaring	1					1		Nyheter
9.9. Dagens Næringsliv	Vil dele skylden - og regningen	1					1		Økonomi
9.9. Dagbladet	Statoil-veteran gransket Statoil	1					1		Nyheter
10.9. Aftenposten	Seriøse kreativitet	1					1		Magasin
13.9. Bergens Tidende	Andre lekkasje på én måned	1					1		Nyheter
13.9. Aftenposten	Evakuert etter lekkasjer på Mongstad	1					1		Nyheter
14.9. Bergens Tidende	Gransker Mongstad etter nytt utslepp	1					1		Økonomi
14.9. Stavanger Aftenblad	Gasslekkasje under kakefest på Kårstø	1					1		Nyheter
14.9. Dagsavisen	«Superlærere» på oppdrag i Groruddalen	1					1		Nyheter
14.9. Dagens Næringsliv	Kamp mot Statoils interesser	1					1		Jobb og utdanning
14.9. Stavanger Aftenblad	Petroleumstilsynet vil ikke granske brann på Snorre B	1					1		Økonomi
15.9. Aftenposten	Brasilianere er velkommen hit	1					1		Økonomi
16.9. Stavanger Aftenblad	Statoil krever treningssenter på Sola	1					1		Nyheter
17.9. Stavanger Aftenblad	Boom rett rundt hjørnet	1					1		Økonomi
18.9. Bergens Tidende	Troll A kan bli nektet å øke strømbruken	1					1		Økonomi
21.9. Dagens Næringsliv	Statoil spår gass til værs	1					1		Økonomi
22.9. Stavanger Aftenblad	Dei heldige og utvalde	1					1		Økonomi
23.9. Bergens Tidende	Gassfelt kan få økt levetid	1					1		Økonomi
23.9. Dagens Næringsliv	Ny milliardjobb i Angola	1					1		Økonomi
23.9. Stavanger Aftenblad	Statoil taper olje og gass verd 45 milliarder	1					1		Økonomi
24.9. Stavanger Aftenblad	Norisol sier opp 160 av 350	1					1		Økonomi
24.9. Stavanger Aftenblad	Statoil vokser på britisk sokkel	1					1		Økonomi
25.9. Bergens Tidende	Tror på flere olje-jobber	1					1		Økonomi

	1	1	1	1	1	6	42	7	55	Jobb og utdanning
26.9. Aftenposten	1									Nyheter
27.9. Bergens Tidende	1									Nyheter
28.9. Nordlys	1									Økonomi
28.9. Nordlys	1									Økonomi
28.9. Dagsavisen	1									Politikk
28.9. Dagsavisen	1									Økonomi
28.9. Stavanger Aftenblad	1									Økonomi
28.9. Dagens Næringsliv	1									Økonomi
29.9. Dagens Næringsliv	1									Økonomi
29.9. Dagsavisen	1									Politikk
19.9. Adresseavisen	1					1				Økonomi
September	39	16	6	42	7	55				
1.10. Bergens Tidende	1									Økonomi
1.10. Stavanger Aftenblad	1									Økonomi
2.10. Stavanger Aftenblad	1									Økonomi
2.10. Aftenposten	1									Nyheter
4.10. Dagbladet	1									Jobb og utdanning
5.10. Dagens Næringsliv	1					1				Økonomi
6.10. Bergens Tidende	1							1		Økonomi
6.10. Dagens Næringsliv	1									Økonomi
6.10. Aftenposten	1									Nyheter
6.10. VG	1									Nyheter
6.10. Dagens Næringsliv	1									Økonomi
7.10. Aftenposten	1									Kommentar
7.10. Fædrelandsvennen	1									Økonomi
7.10. Stavanger Aftenblad	1									Nyheter
7.10. Stavanger Aftenblad	1					1				Økonomi
8.10. Nordlys	1									Økonomi
9.10. Aftenposten	1									Økonomi
11.10. Nordlys	1									Økonomi
11.10. Dagens Næringsliv	1									Nyheter
11.10. Dagens Næringsliv	1									Økonomi
11.10. Stavanger Aftenblad	1									Økonomi
11.10. Fædrelandsvennen	1									Økonomi
12.10. Dagens Næringsliv	1									Økonomi
12.10. Aftenposten	1									Økonomi
13.10. Nordlys	1									Økonomi
13.10. Nordlys	1									Nyheter
										Økonomi

13.10. Dagens Næringsliv	Angriper månelanding				1	Økonomi
13.10. Dagsavisen	Så lenge vi trenger biler vil vi forbedre vårt drivstoff				1	Magasin
13.10. Aftenposten	Spår liten økning i oljeprisen				1	Økonomi
13.10. Fædrelandsvennen	Gode oljeutsikter i verden, dystert for Norge				1	Økonomi
13.10. Aftenposten	Dystert for Norge				1	Økonomi
13.10. Stavanger Aftenblad	Massiv kritikk av Statoils lokkerapport i nord				1	Politikk
13.10. Klassekampen	Usikre tider på oljemarknaden				1	Nyheter
15.10. Nordlys	Nytt luftslott fra Statoil				1	Nyheter
15.10. Dagens Næringsliv	Toppmøte om Shtokman				1	Økonomi
16.10. Stavanger Aftenblad	Frp vil vite hvorfor Heidrun-oljen glapp				1	Økonomi
17.10. Aftenposten	Ny sponsoravtale i boks	1			1	Økonomi
18.10. Dagens Næringsliv	Givergleden størst i Bergen	1			1	Kultur
18.10. Aftenposten	Jakter etter olje i Barentshavet-igjen				1	Kultur
20.10. Nordlys	Vil nå deadline				1	Økonomi
20.10. Dagens Næringsliv	Statoil velger Blystad-rigg				1	Økonomi
21.10. Stavanger Aftenblad	2009-skatte fra bedriftene i Rogaland				1	Økonomi
21.10. Dagbladet	Tjener bedre enn Jens	1			1	Økonomi
22.10. Aftenposten	Refser verdens politikere				1	Nyheter
22.10. Dagens Næringsliv	Bare to igjen for Statoil				1	Økonomi
23.10. Bergens Tidende	Set si lit til Valemon				1	Økonomi
23.10. Dagens Næringsliv	Politisk risiko er verst				1	Økonomi
23.10. Adresseavisen	Linnorm et svært krevende gassfelt				1	Politikk
23.10. Stavanger Aftenblad	Dobling i strømbrudd offshore				1	Økonomi
25.10. Stavanger Aftenblad	BP ga mest	1			1	Økonomi
25.10. Dagens Næringsliv	Odfjell-rigg skal bore i Angola				1	Nyheter
25.10. Dagens Næringsliv	Snur i Snorre-striden				1	Økonomi
26.10. Stavanger Aftenblad	Svenskehjelp i miljøkampen				1	Økonomi
26.10. Dagens Næringsliv	Selger i protest	1			1	Økonomi
27.10. Bergens Tidende	Odfjell tapte milliard-søksmål mot Statoil				1	Nyheter
27.10. Dagens Næringsliv	Ønsker lettere rigger				1	Økonomi
27.10. Dagens Næringsliv	Odfjell rystes av milliardtap				1	Økonomi
27.10. Dagens Næringsliv	Ser på rutinene	1			1	Kultur
27.10. Stavanger Aftenblad	Odfjell tapte milliardøksmål mot Statoil				1	Økonomi
28.10. Aftenposten	Mongstad. I drift uten CO2-rensing				1	Økonomi
28.10. VG	Oljeboring vil gi 2000 jobber				1	Nyheter
28.10. Stavanger Aftenblad	Statoil kutter utslipp i Mexico				1	Økonomi
29.10. Nordlys	Andrea får besøke Solskjær	1			1	Sport
29.10. Nordlys	Statoil-sjefen på frierfotter i nord				1	Økonomi

29.10. Dagbladet	Omstillingsprosessen fortsetter Bråk i Statoil	1				1			Nyheter
29.10. Dagbladet	mot Helge Lund Bråk i Statoil	1				1			Nyheter
30.10. Dagsavisen	Frykter for sikkerheten	1				1			Nyheter
30.10. Dagens Næringsliv	Avviser sikkerhetsbrist	1			1				Økonomi
30.10. Stavanger Aftenblad	Sokkel-ansatte har liten tillit til Helge Lund	1			1				Økonomi
30.10. Dagens Næringsliv	Sabler ned opprørsklubb	1			1				Økonomi
30.10. Dagbladet	Krisemøte om Statoil	1				1			Nyheter
30.10. Klassekampen	Mangler tillit til Lund	1				1			Nyheter
31.10. Dagbladet	Statoil topper ulykkesrapport	1				1			Nyheter
Oktober		58	15	8	50	15	73		
1.11. Bergens Tidende	Hva skjedde med pengene?	1		1					Kultur
1.11. Fædrelandsvennen	Vurderer arabisk olje	1			1				Økonomi
1.11. Dagbladet	Krever svar fra Statoil	1			1				Nyheter
2.11. Nordlys	Fiskerne kan stoppe vindkraft til havs	1			1				Nyheter
2.11. Fædrelandsvennen	Toppidrettsakademikeren	1			1				Sport
2.11. Vårt Land	Fiskerne kan stoppe vindkraft til havs	1			1				Nyheter
2.11. Dagsavisen	Fredspristøbbel	1				1			Nyheter
2.11. Dagens Næringsliv	Nagler tilsynet og LO	1			1				Økonomi
2.11. Dagens Næringsliv	Leverer kritisk rapport	1			1				Økonomi
2.11. Dagbladet	Frykter Statoil flagger ut	1				1			Nyheter
2.11. Dagens Næringsliv	Heller do enn Statoil-sjefen	1			1				Økonomi
3.11. Dagens Næringsliv	Opptatt på do	1			1				Økonomi
3.11. Dagbladet	Etter oljeeventyret	1			1				Kommentar
3.11. Adresseavisen	Frykter at Statoil flagger ut	1			1				Økonomi
3.11. Dagbladet	Anklagene som Statoil-sjefen	1			1				Nyheter
4.11. Aftenposten	Produksjonen stuper	1			1				Økonomi
4.11. Dagsavisen	Bjurstrøm møtte sinte Statoil-ansatte	1			1				Nyheter
4.11. Stavanger Aftenblad	Hun deler ikke Safes bekymring	1		1					Økonomi
4.11. Dagens Næringsliv	Måtte ha separate møter	1			1				Økonomi
4.11. Dagens Næringsliv	Rapport endret på overtid	1			1				Økonomi
4.11. Dagens Næringsliv	Oljesjokket	1			1				Økonomi
4.11. Dagbladet	Arrogant	1			1				Nyheter
4.11. Stavanger Aftenblad	Statoil når ikke målene sine	1			1				Økonomi
4.11. Aftenposten	Ingen forsoning i Statoil	1			1				Nyheter
4.11. Klassekampen	Hardt ut mot Statoil	1			1				Nyheter
5.11. Dagens Næringsliv	Unge vil bli satset på	1			1				Nyheter
5.11. Dagens Næringsliv	Skildrer svake planer	1			1				Nyheter
6.11. Bergens Tidende	Gulfaks kunne tatt fyr	1		1	1				Jobb og utdanning
		1			1				Økonomi

6.11. Aftenposten	Plattform kunne tatt fyr	1		1		Økonomi
6.11. Stavanger Aftenblad	Plattformen kunne eksplodert	1		1		Økonomi
6.11. Dagens Næringsliv	Kunne fått utblåsning	1		1		Nyheter
8.11. Nordlys	Åpner for lokale leverandører	1	1			Nyheter
9.11. Stavanger Aftenblad	Klart for gasspress på Åsgard	1		1		Økonomi
9.11. Dagens Næringsliv	Føler seg skviset ut	1		1		Økonomi
10.11. Bergens Tidende	Siddiser kjøper mer kunst enn bergenserne	1	1			Kultur
10.11. Bergens Tidende	Statoil satsar stort på havvindmøller	1		1		Økonomi
10.11. Stavanger Aftenblad	Trykket skal økes på Åsgard	1		1		Økonomi
10.11. Klassekampen	2020 - en oljedystopi	1		1		Økonomi
11.11. Dagens Næringsliv	Petoro krever boregrep	1		1		Økonomi
11.11. Dagens Næringsliv	Får ikke plass i CO2-program fra EU	1		1		Økonomi
11.11. Dagens Næringsliv	Stopper all boring	1		1		Økonomi
11.11. Stavanger Aftenblad	Statoil starter fire raske småfelt	1		1		Økonomi
11.11. Stavanger Aftenblad	Ikkje trygt nok på Gullfaks	1		1		Nyheter
12.11. Dagens Næringsliv	Høyere krav på norsk sokkel	1		1		Økonomi
12.11. Stavanger Aftenblad	Norsk oljehjelp til Cuba - trosser USA	1		1		Utland
12.11. Dagens Næringsliv	Skremmende likt Snorre	1		1		Økonomi
13.11. Dagens Næringsliv	Trykket ble femdoblet	1		1		Økonomi
13.11. Stavanger Aftenblad	Oljeselskapene: -Vi handler i Norge, Giske!	1	1			Økonomi
13.11. Dagens Næringsliv	Mener Statoil er for tregt	1		1		Økonomi
16.11. Stavanger Aftenblad	Vi må gi gass for klimaet	1		1		Økonomi
16.11. Dagens Næringsliv	Trosser gass-spådom	1		1		Økonomi
16.11. Dagens Næringsliv	Avviser riggekobling	1		1		Økonomi
17.11. Bergens Tidende	Fikk granske seg selv	1		1		Økonomi
17.11. Stavanger Aftenblad	Ventet fem måneder med tilsyn på Gullfaks	1		1		Nyheter
17.11. Stavanger Aftenblad	Statoil fikk granske seg selv	1		1		Forside
18.11. Bergens Tidende	Vil ha flere kontroller	1		1		Økonomi
18.11. Aftenposten	Ny, grønn containerhavn	1	1			Lokalt
19.11. Dagens Næringsliv	Jenter skyr oljen	1		1		Jobb og utdanning
20.11. Bergens Tidende	Statoil droppa fagfolk i gullfaks-arbeid	1		1		Nyheter
20.11. Stavanger Aftenblad	Gullfaks og sikkerheten offshore	1		1		Kommentar
20.11. Dagens Næringsliv	Sjefene tause etter refs	1		1		Økonomi
20.11. Dagens Næringsliv	Straffer aldri ledelsen	1		1		Økonomi
20.11. Dagsavisen	Krasse reaksjoner mot Statoil	1		1		Nyheter
20.11. Stavanger Aftenblad	Vi burde ha kalt det en gransking	1		1		Økonomi
20.11. Stavanger Aftenblad	PTIL refser Statoil	1		1		Forside
20.11. Aftenposten	Rapport: Flaks at den ikke eksplodert	1		1		Økonomi

20.11. Klassekampen	Krasse reaksjoner på Gullfaks-hendelsen	1				1							Nyheter
22.11. Dagens Næringsliv	Ber om fritak fra strømforsyning	1					1						Økonomi
22.11. Dagens Næringsliv	Jakten på de aller beste		1					1					Jobb og utdanning
23.11. Bergens Tidende	Lower bot og bedring etter Gullfaks-saken	1							1				Økonomi
23.11. Dagens Næringsliv	Advart mot boringen	1								1			Økonomi
23.11. Dagens Næringsliv	Politiet tar saken	1									1		Økonomi
23.11. Dagsavisen	Statoil etterforskes	1										1	Nyheter
23.11. Stavanger Aftenblad	Politiet er på Gullfaks-saken	1										1	Økonomi
23.11. Fædrelandsvennen	Politiet starter etterforskning av Statoil	1										1	Økonomi
23.11. Dagens Næringsliv	Statoil: Troll kan bli forsinket	1								1			Økonomi
23.11. Aftenposten	Vurderer straffesak mot Statoil	1									1		Økonomi
23.11. Klassekampen	Starter etter forskning av Statoil	1										1	Nyheter
24.11. Nordlys	Tjener fett på oljesandprosjekt	1						1					Nyheter
24.11. Dagens Næringsliv	Partneren driver i Burma		1										Økonomi
24.11. Dagens Næringsliv	Tror kampen fortsetter	1							1				Økonomi
24.11. Dagens Næringsliv	Statoil kvitter seg med oljesand	1								1			Nyheter
24.11. Dagsavisen	Nedsalg gir økt fart	1							1				Økonomi
24.11. Aftenposten	Selg resten også, Statoil	1									1		Økonomi
24.11. Stavanger Aftenblad	Tjener fett på oljesandprosjekt	1								1			Økonomi
24.11. Klassekampen	Sykler langtur til jobb	1									1		Økonomi
25.11. Dagens Næringsliv	Nekter for ny glipp	1								1			Nyheter
25.11. Dagens Næringsliv	Statoil skjerper sikkerheten	1									1		Økonomi
26.11. Aftenposten	Statoil-ansatte har fått munnkurv	1										1	Økonomi
26.11. VG	Ny boom redder jobber	1										1	Nyheter
27.11. Dagens Næringsliv	Statoil finstuderer lovverket	1										1	Økonomi
28.11. Bergens Tidende	25 år med lottogevinst	1										1	Utland
30.11. Stavanger Aftenblad	Statoil får kjøft for Iran-støtte	1										1	Magasin
30.11. Stavanger Aftenblad	Eksport truet av borefadeser	1										1	Utland
November		81	12	11	49	33	93						
1.12. Dagens Næringsliv	Milliardkontrakt til Aker Egersund	1										1	Økonomi
2.12. Stavanger Aftenblad	220 mill. skal gi renere oljesand	1										1	Lokalt
2.12. Stavanger Aftenblad	Løftes av gasskontrakt	1										1	Forside
2.12. Dagens Næringsliv	Slik skal Statoil få oljesand renere	1									1		Økonomi
2.12. Stavanger Aftenblad	Sandvik tror gasskraftverket kommer	1										1	Økonomi
3.12. Dagsavisen	Maktkamp mellom Statoil og OD	1										1	Nyheter
3.12. Stavanger Aftenblad	Plattformkloakk skal rusteste	1										1	Økonomi
4.12. Stavanger Aftenblad	Roer ned investeringene	1										1	Økonomi
4.12. Dagens Næringsliv	Lang ventetid på rensset gasskraft	1										1	Økonomi

4.12. VG	Slik forlenger han olje-eventyret	1		1		Magasin
6.12. Adresseavisen	Gjør skittent vann helt krystallrent	1		1		Nyheter
6.12. Dagbladet	Dette ga de i fjor		1	1		Nyheter
6.12. Aftenposten	Gasskraft kan kutte EUs utslipp	1		1		Økonomi
7.12. Stavanger Aftenblad	Bustadriggen ventar på godver	1		1		Økonomi
7.12. Stavanger Aftenblad	Petroleumstilsynet liker ikke utviklingen	1		1		Økonomi
7.12. Dagens Næringsliv	Knusende seier over Statoil	1		1		Økonomi
7.12. Dagens Næringsliv	Krangler om gass i Cancn	1		1	1	Utland
7.12. Dagens Næringsliv	Kritisk til Statoils hast	1		1		Økonomi
8.12. Nordlys	Obama sa nei det bør også Jens	1		1		Nyheter
8.12. Adresseavisen	Pålegg til Statoil på Gullfaks C	1		1		Økonomi
8.12. Dagens Næringsliv	Dom kan gi Statoil korrupsjonstrøbbel	1		1		Utland
9.12. Bergens Tidende	Vil avdekke oljelobbyismen	1		1		Økonomi
9.12. Aftenposten	Fiolinsviske med lidenskap		1	1		Kultur
10.12. Klassekampen	Gir ansatte karakterer	1		1	1	Nyheter
14.12. Nordlys	Oljesøl fra Bodø til Nordkapp	1		1		Nyheter
14.12. Dagens Næringsliv	Over 500 iPad-er i n bestilling	1		1		Økonomi
14.12. Fædrelandsvennen	Inngikk milliardavtale med kinesisk oljeselskap	1		1		Økonomi
14.12. Aftenposten	Jakter norsk gevinst i Brasil	1		1		Økonomi
15.12. Nordlys	Åpner opp i øst	1		1		Nyheter
15.12. Nordlys	Har gass nok	1		1		Nyheter
15.12. Bergens Tidende	Milliardar frå Statoil	1		1	1	Økonomi
15.12. Dagsavisen	Norske penger bidrar til store lidelser i Burma	1		1		Utland
15.12. Dagens Næringsliv	Utbygginger for 50 milliarder	1		1		Økonomi
15.12. Dagens Næringsliv	Snøhvit kan bli doblet	1		1		Økonomi
15.12. Aftenposten	Norges plass i ressurskappløpet	1		1		Kommentar
15.12. Aftenposten	Vil også vokse mer i Norge	1		1		Økonomi
15.12. Stavanger Aftenblad	Metter 5000 Statoil-ansatte	1		1		Økonomi
15.12. Klassekampen	Statoil vil opprettholde produksjonen	1		1		Økonomi
16.12. VG	Sp-topp ba USA engasjere seg for Lofoten-boring	1		1		Nyheter
17.12. Stavanger Aftenblad	Ptil ser alvorlig på nye brønnproblemer	1		1	1	Nyheter
17.12. Aftenposten	Ukjent Statoil-lekkasje	1		1		Økonomi
17.12. Dagens Næringsliv	Statoil kjøper seg større	1		1		Økonomi
18.12. Bergens Tidende	USA slaktet StatoilHydro-fusjonen	1		1		Økonomi
18.12. Stavanger Aftenblad	Årets minst miljø- vennlige julekort	1		1	1	Nyheter
18.12. Adresseavisen	USA med hard StatoilHydro-kritikk	1		1		Økonomi
18.12. Fædrelandsvennen	Slakter StatoilHydro-fusjonen	1		1	1	Økonomi
18.12. Stavanger Aftenblad	Amerikanerne slakter StatoilHydro-fusjonen	1		1	1	Økonomi

18.12. Aftenposten	Hardt ut mot StatoilHydro	1	1	1	1	Økonomi
19.12. Bergens Tidende	Musikken i politikken, og politikken i musikken	1	1	1	1	Kultur
19.12. Aftenposten	Musikken i politikken, politikken i musikken	1	1	1	1	Kultur
20.12. Aftenposten	Norsk sokkel er middelmådig	1	1	1	1	Økonomi
21.12. Bergens Tidende	Livet etter rekordutbyggingen	1	1	1	1	Nyheter
21.12. Bergens Tidende	Mongstad-plan avfeid	1	1	1	1	Økonomi
21.12. Stavanger Aftenblad	Avfeide Mongstad-plan	1	1	1	1	Økonomi
21.12. Stavanger Aftenblad	Liten gjeng, store penger	1	1	1	1	Nyheter
21.12. Adresseavisen	Avfeide regjeringens Mongstad-plan i 2008	1	1	1	1	Økonomi
21.12. Aftenposten	Månelanding avblåst i 2008	1	1	1	1	Økonomi
21.12. Klassekampen	USA treff blink	1	1	1	1	Nyheter
22.12. Bergens Tidende	Fryktet for miljø-image	1	1	1	1	Økonomi
22.12. Nordlys	Melkøya-anlegget strengt etter vannlekkasje	1	1	1	1	Nyheter
22.12. Stavanger Aftenblad	23 tonn rør falt i mørket	1	1	1	1	Økonomi
22.12. Fædrelandsvennen	Fryktet for Canadas miljøimage	1	1	1	1	Utland
22.12. Aftenposten	Fryktet for Canadas miljøimage	1	1	1	1	Utland
22.12. Stavanger Aftenblad	Canadisk minister fikk oljesandsjokk	1	1	1	1	Utland
23.12. Bergens Tidende	Oljesandutvinning var ute av kontroll	1	1	1	1	Utland
23.12. Stavanger Aftenblad	Hangeland overtar Solskjær-akademi	1	1	1	1	Sport
23.12. Adresseavisen	Aker Solutions med	1	1	1	1	Økonomi
27.12. Stavanger Aftenblad	50 Statoil-milliarder drysser over Rogaland	1	1	1	1	Økonomi
28.12. Stavanger Aftenblad	Banksjef Terje Vareberg blir krumbukar i byen	1	1	1	1	Økonomi
29.12. Adresseavisen	Smartere oljeleting	1	1	1	1	Nyheter
29.12. Stavanger Aftenblad	Energi og økonomi i 2010	1	1	1	1	Økonomi
29.12. Dagens Næringsliv	Fest på kontoret	1	1	1	1	Økonomi
29.12. Stavanger Aftenblad	En kontrakt med Statoil betyr alt	1	1	1	1	Økonomi
29.12. Stavanger Aftenblad	Avgjørende å være inne i «Statoil-varmen»	1	1	1	1	Forside
30.12. Nordlys	Det er stor fare forproduksjonsstopp	1	1	1	1	Økonomi
30.12. Aftenposten	USA presset norske bedrifter	1	1	1	1	Nyheter
30.12. Dagens Næringsliv	Fra politikk til toppjobb	1	1	1	1	Forside
30.12. Stavanger Aftenblad	Salg av norsk teknologi verd 118 milliarder	1	1	1	1	Økonomi
30.12. Aftenposten	Statoil hadde falske samtaler med Iran	1	1	1	1	Økonomi
31.12. Nordlys	Melkøya-stans kan påføre Statoil milliardtap	1	1	1	1	Økonomi
31.12. Stavanger Aftenblad	Alle som elsker Statoil	1	1	1	1	Nyheter
31.12. Klassekampen	Bill. mrrk. Søker fans	1	1	1	1	Kommentar
31.12. Stavanger Aftenblad	Firedobling av ansatte etter Statoil-kontrakt	1	1	1	1	Kultur
Desember		70	14	10	59	84
Totalt		737	121	92	618	148

Antall saker: 394

BP

Dato	Media	Tittel	Øko.aktivitet	Sos.aktivitet	Mexico	Andre	Positiv	Nøytral	Negativ	T	URL/Seksjon
	9.1. Aftenposten	Klondyke for skifergass	1			1		1			Økonomi
	13.1. Dagens Næringsliv	Gassrevolusjon med bismak	1			1		1			Økonomi
	20.1. Aftenposten	BP leter etter skifergass i Kina	1			1		1			Økonomi
	25.1. Adresseavisen	Olje og gass løfter Sandnessjøen	1			1			1		Økonomi
	29.1. Dagens Næringsliv	Oljesjefene tror festen fortsetter	1			1		1			Økonomi
Januar			5	0	0	5	0	4	1	5	
	3.2. Dagens Næringsliv	Slo til med nye knalltall	1			1		1			Økonomi
	3.2. Dagens Næringsliv	BP skuffet	1			1		1			Økonomi
	5.2. Dagens Næringsliv	Mange satser på sprit i Brasil	1			1		1			Økonomi
	12.2. Klassekampen	Hefstig kamp om oljeplattform	1			1		1			Nyheter
	13.2. Dagens Næringsliv	Statolls nyttige lege	1			1			1		Magasin
	15.2. Dagens Næringsliv	Mine langsiktige interesser skulle bli sikret	1			1			1		Økonomi
	16.2. Bergens Tidende	Elektrisk stemning på oljeplattformen	1			1		1			Økonomi
	16.2. Adresseavisen	Midt-Norge tar grep om gassen	1			1		1			Økonomi
	16.2. Dagens Næringsliv	Oljeminister koblet inn	1			1		1			Økonomi
	16.2. Dagens Næringsliv	Statoil vant mot Grynberg	1			1		1			Økonomi
Februar			10	0	0	10	1	6	3	10	
	3.3. Dagens Næringsliv	BP på stedet hvil	1			1		1			Økonomi
	6.3. Dagens Næringsliv	Sparer milliard på oljedatabase	1			1		1			Økonomi
	10.3. Stavanger Aftenblad	Aserbajdsjan	1			1		1			Notis
	11.3. Aftenposten	Klart for oljeutvinning i Aserbajdsjan	1			1		1			Notis
	12.3. Adresseavisen	Turbo-Trond kjører på	1			1		1			Økonomi
	15.3. Fædrelandsvennen	Grave ned kabler gjennom Listastrendene	1			1		1			Notis
	25.3. Aftenposten	Rømmer Russland	1			1		1			Økonomi
Mars			7	0	0	7	0	6	1	7	
	9.4. Stavanger Aftenblad	Nå veier de oljearbeideren	1			1		1			Økonomi
	9.4. Dagens Næringsliv	Lange kontrakter for Mølkster Shipping	1			1		1			Økonomi
	10.4. Dagbladet	Oljens gisler	1	1		1		1			Magasin
	12.4. Dagsavisen	Norge bremses, verden gasser på	1			1		1			Politikk
	21.4. Aftenposten	Frakter oljearbeidere med skip	1			1		1			Nyheter
	23.4. Aftenposten	Oljeplattform sank i Mexicogulven	1			1		1			Notis
	26.4. VG	Her er Høyres oljeforbilde	1	1		1		1			Nyheter
	27.4. Dagens Næringsliv	Halvering for BP	1			1		1			Økonomi
	28.4. Bergens Tidende	Oljesøl truer Klimalov	1			1		1			Økonomi
	28.4. Stavanger Aftenblad	9.-Klassinger fikk smaken på jobb i oljå	1	1		1		1			Jobb og utdanning
	28.4. Dagens Næringsliv	Bedring for BP	1			1		1			Økonomi
	28.4. Dagens Næringsliv	BP gjør milliardoppkjøp	1			1		1			Økonomi
	29.4. Dagsavisen	Forbereder seg på oljekatastrofe	1			1		1			Økonomi
	29.4. Stavanger Aftenblad	Klarer ikke stanse oljeutslipp	1			1		1			Økonomi

			1	14	10	4	8	12	24	
29.4. Adresseavisen	Klarer ikke stanse oljeutslipp		1					1		Utland
29.4. Fædrelandsvenen	Oljesøl truer både miljøet og amerikansk klimalov		1					1		Utland
29.4. Aftenposten	Oljelekkasje truer Obamas offensiv		1			1				Utland
29.4. Nationen	Trues av gigantisk oljeflåk		1					1		Utland
30.4. Bergens Tidende	USA krever at BP betaler		1					1		Utland
30.4. Dagens Næringsliv	Oljeflåk på vei		1					1		Økonomi
30.4. Stavanger Aftenblad	Oljeutslippet nasjonal katastrofe		1					1		Utland
30.4. Dagens Næringsliv	Sammenlignes med "Exxon Valdez"		1					1		Økonomi
30.4. Aftenposten	Verste oljekatastrofe		1					1		Utland
30.4. Adresseavisen	Erklært som nasjonal katastrofe		1					1		Utland
		21	3	14	10	4	8	12	24	
April										
2.5. Dagbladet	Vi kommer til å sulte		1					1		Utland
2.5. Aftenposten	Nye protester mot Statoils oljesand		1		1					Økonomi
2.5. Aftenposten	Obamas Katrina?		1				1			Kommentar
2.5. VG	Venter på katastrofen		1					1		Nyheter
2.5. Dagbladet	Det umulige var mulig		1					1		Kommentar
2.5. Aftenposten	En intens kamp mot oljen		1					1		Forside
2.5. Aftenposten	BP påsto oljeutslipp var usamsynlig		1					1		Utland
3.5. Bergens Tidende	Kan bli USAs største oljekatastrofe		1					1		Utland
3.5. Dagbladet	En slik ulykke kan lett skje på norsk sokkel		1					1		Nyheter
3.5. Aftenposten	Katastrofen i Mexicogulven		1					1		Kommentar
3.5. Dagbladet	Forbereder oss på det verste		1					1		Utland
3.5. Dagsavisen	Frykter lekkasje på 100.000 fat hver dag		1					1		Utland
3.5. Adresseavisen	Oljekatastrofen kan bli USAs verste		1					1		Utland
3.5. Stavanger Aftenblad	Utslippet kan bli USAs største oljekatastrofe		1					1		Utland
3.5. Aftenposten	Opprydding til 28 milliarder		1					1		Forside
3.5. Aftenposten	Pris: 28 milliarder kr.		1					1		Utland
3.5. VG	Obama: BP skal få betale		1					1		Nyheter
3.5. Dagens Næringsliv	BP henger i tauene		1					1		Økonomi
4.5. Dagens Næringsliv	Store vansker i liten kuling		1					1		Økonomi
4.5. Dagsavisen	Oljeselskapet må betale alt		1					1		Utland
4.5. VG	Når det umulige skjer		1					1		Kommentar
4.5. Dagbladet	BP svartet av olje		1					1		Nyheter
4.5. Adresseavisen	BP lover å betale for opprydding		1				1			Utland
4.5. Fædrelandsvenen	BP vil betale for oljesøllet		1				1			Notis
4.5. Stavanger Aftenblad	BP håper opprøvd teknologi skal samle opp olje		1				1			Nyheter
4.5. Aftenposten	BP lover å betale		1					1		Utland
4.5. Klassekampen	Skrekkscenario		1					1		Utland
5.5. Bergens Tidende	Skyhøye kostnader for BP i Mexicogulven		1				1			Utland
5.5. Aftenposten	Rugeglassen bare ti mil fra oljebrønnen		1				1			Utland
5.5. Vårt Land	Usikre på norsk eksplosjonsfare		1					1		Nyheter
5.5. Dagbladet	Fanger i oljekamp Miljøkatastrofen		1					1		Nyheter
5.5. Dagsavisen	Katastrofen blir dyr		1					1		Utland

5.5. Adresseavisen	Oljelekkasjen kan koste flere titalls milliarder	1	1	1	1	Utland
5.5. Stavanger Aftenblad	De kan stoppe oljeutslippet	1	1	1	1	Forside
5.5. Dagens Næringsliv	Ny bunn for oljegigant	1	1	1	1	Økonomi
5.5. Stavanger Aftenblad	Jetpumpe kan suge opp oljeutslipp	1	1	1	1	Nyheter
5.5. Fædrelandsvenen	BP kjemper mot tiden for å stanse utslipp	1	1	1	1	Utland
5.5. Klassekampen	Oljelekkasjen kan koste milliarder	1	1	1	1	Utland
6.5. Dagsavisen	En oljelekkasje stoppet	1	1	1	1	Utland
6.5. Dagbladet	Krigen mot oljehelvetet	1	1	1	1	Nyheter
6.5. Dagens Næringsliv	Mener grensen er nådd	1	1	1	1	Økonomi
6.5. Dagens Næringsliv	Forberedt på tøffe miljøløst	1	1	1	1	Økonomi
6.5. Stavanger Aftenblad	Kjemikalier mot utslippet øker skaden	1	1	1	1	Nyheter
6.5. Dagens Næringsliv	Dom i aksjemarkedet	1	1	1	1	Økonomi
7.5. Bergens Tidende	Oljen har nådd USAs kyst	1	1	1	1	Utland
7.5. Nationen	Det er alltid en risiko	1	1	1	1	Kommentar
7.5. Dagsavisen	Oljen har nådd land	1	1	1	1	Utland
7.5. Dagens Næringsliv	Skaper bråk om Alaska	1	1	1	1	Økonomi
7.5. Stavanger Aftenblad	Katastrofen setter oljeindustrien på vent	1	1	1	1	Økonomi
8.5. Stavanger Aftenblad	Trakt kan ikke stanse oljelekkasje	1	1	1	1	Økonomi
8.5. Dagens Næringsliv	Oljetenkeren	1	1	1	1	Utland
8.5. Aftenposten	USA håper på oljekork	1	1	1	1	Magasin
8.5. Adresseavisen	Bjørnevik-båt styrer oljelekkasjeaksjonen	1	1	1	1	Utland
10.5. Aftenposten	Så brøt infernoet løs for alvor	1	1	1	1	Økonomi
10.5. Stavanger Aftenblad	Lekkasje stanser boring på BPs Skarv	1	1	1	1	Utland
11.5. Adresseavisen	Oljen setter bismak på fisk og skaldyr	1	1	1	1	Nyheter
11.5. Fædrelandsvenen	Dyr katastrofe	1	1	1	1	Nyheter
11.5. VG	Vil stanse oljelekkasjen med «flosshatt»	1	1	1	1	Notis
12.5. Nordlys	Tromsøfirma leverer oljelenser til Mexicosø	1	1	1	1	Nyheter
12.5. Adresseavisen	Godtar boring i Sularevet	1	1	1	1	Nyheter
12.5. Dagsavisen	Miljøkatastrofe truer	1	1	1	1	Nyheter
12.5. Stavanger Aftenblad	Strømkabel inn til Lista	1	1	1	1	Nyheter
12.5. Dagens Næringsliv	Skylder på hverandre i oljehøring	1	1	1	1	Økonomi
12.5. Klassekampen	Ingen vil ta ansvar	1	1	1	1	Nyheter
14.5. Nordlys	Norge tilbyr lenser mot oljesøl i Mexicogolfen	1	1	1	1	Økonomi
14.5. Dagens Næringsliv	Tør ikke håpe på hjelp	1	1	1	1	Nyheter
14.5. Fædrelandsvenen	Her kommer «miljøkabelen» til Lista	1	1	1	1	Økonomi
15.5. Stavanger Aftenblad	Obama skjeller ut oljeselskaper	1	1	1	1	Økonomi
15.5. Dagsavisen	Bølge av søksmål	1	1	1	1	Notis
16.5. Dagbladet	Her startet infernoet	1	1	1	1	Utland
16.5. Aftenposten	Varsler mer kontroll av oljebransjen	1	1	1	1	Nyheter
18.5. Bergens Tidende	Advarer mot mulig norsk oljeulykke	1	1	1	1	Utland
18.5. Aftenposten	Advarer om fare for norsk oljeulykke	1	1	1	1	Nyheter
19.5. Bergens Tidende	BP tror ikke på miljøkatastrofe	1	1	1	1	Nyheter
19.5. Dagbladet	Ingen katastrofe	1	1	1	1	Notis

Omdømmerisiko og media - Betydningen av en bedrifts omdømme for medieomtale.

20.5. Dagbladet	Tar ut 3000 fat olje	1	1	1	1	Notis			
21.5. Fædrelandsvenen	BP tar ut 5000 fat olje fra lekkasjen	1	1	1	1	Notis			
22.5. Dagsavisen	Skjønnmaler oljekatastrofen	1	1	1	1	Utland			
22.5. Klassekampen	BP beskyldes for å skjønne utslipp	1	1	1	1	Utland			
25.5. Dagbladet	En katastrofe i sakte film	1	1	1	1	Nyheter			
25.5. Dagens Næringsliv	Truer BP	1	1	1	1	Økonomi			
26.5. Stavanger Aftenblad	Mexico-debatt i Stortinget	1	1	1	1	Nyheter			
26.5. Dagsavisen	BP vil «drepe» oljelekkasjen	1	1	1	1	Utland			
26.5. Aftenposten	BP vil stoppe lekkasjen med væske	1	1	1	1	Utland			
27.5. Aftenposten	USA kan stanse boring i nord	1	1	1	1	Utland			
27.5. Dagens Næringsliv	Gambler mot løpsk oljebrønn	1	1	1	1	Økonomi			
27.5. Dagens Næringsliv	Mener BP tåler kravene	1	1	1	1	Økonomi			
28.5. Dagsavisen	Obama setter foten ned for oljeleting i nord	1	1	1	1	Utland			
28.5. Dagens Næringsliv	Stanser boring i nord	1	1	1	1	Økonomi			
28.5. Aftenposten	For lite - for sent	1	1	1	1	Utland			
28.5. VG	Flere fiskere ble	1	1	1	1	Nyheter			
28.5. Dagens Næringsliv	BP opp på suksessrykter	1	1	1	1	Økonomi			
28.5. Dagbladet	BP løy om oljeutslippet	1	1	1	1	Nyheter			
29.5. Adresseavisen	Oljekatastrofen er Obamas Katrina	1	1	1	1	Utland			
29.5. VG	Plukket tjærekulper på stranden	1	1	1	1	Nyheter			
29.5. Dagens Næringsliv	Timene som avgjør alt	1	1	1	1	Økonomi			
29.5. Stavanger Aftenblad	Tillitsvikt ga borestans	1	1	1	1	Kommentar			
29.5. Aftenposten	Hvor er løsningen?	1	1	1	1	Utland			
31.5. Dagsavisen	nye forsøk i oljeskandalen	1	1	1	1	Utland			
31.5. Aftenposten	Lærdom også for Norge	1	1	1	1	Kommentar			
31.5. Aftenposten	Oljen strømmer fortsatt ut i Mexicogulven	1	1	1	1	Utland			
31.5. Fædrelandsvenen	Oljen lekker fortsatt ut i golfen	1	1	1	1	Utland			
31.5. Stavanger Aftenblad	Oljen fortsetter å strømme ut	1	1	1	1	Utland			
31.5. Dagens Næringsliv	Ny fiasko for BP	1	1	1	1	Økonomi			
31.5. VG	Sender Militære	1	1	1	1	Nyheter			
Mai		104	1	99	6	3	39	63	105
1.6. Dagens Næringsliv	Raser etter ny fiasko	1	1	1	1	Økonomi			
2.6. Vårt Land	Utslipp og oljevern	1	1	1	1	Kommentar			
2.6. Dagens Næringsliv	Dyrere etter oljesøllet	1	1	1	1	Økonomi			
2.6. Dagens Næringsliv	Vedder på at sjefen går	1	1	1	1	Økonomi			
2.6. Dagens Næringsliv	BPs verste dag på 18 år	1	1	1	1	Økonomi			
2.6. Fædrelandsvenen	BP-ulykken politietterforskes	1	1	1	1	Utland			
2.6. Aftenposten	BP stuper på børsene	1	1	1	1	Økonomi			
3.6. Dagsavisen	Økt skepsis mot oljeboring i Lofoten	1	1	1	1	Nyheter			
3.6. Stavanger Aftenblad	Økt skepsis til boring i Lofoten	1	1	1	1	Nyheter			
3.6. Dagens Næringsliv	Redusert til slakt	1	1	1	1	Økonomi			
3.6. Dagens Næringsliv	Har tapt nesten en milliard	1	1	1	1	Økonomi			
4.6. VG	Ber Obama vise sinne	1	1	1	1	Nyheter			

Omdømmerisiko og media - Betydningen av en bedrifts omdømme for medieomtale.

4.6. Stavanger Aftenblad	Dette kan skje igjen	1	1	1	1	Nyheter
4.6. Dagens Næringsliv	Skaper problemer for alle	1	1	1	1	Økonomi
4.6. Dagens Næringsliv	Utbytteplan møter motstand	1	1	1	1	Økonomi
5.6. Stavanger Aftenblad	Søker mer info om Mexicogolfen	1	1	1	1	Økonomi
5.6. Dagsavisen	Demonstrerer mot BP	1	1	1	1	Utland
5.6. Stavanger Aftenblad	Oljeboring – et spørsmål om tillit	1	1	1	1	Kommentar
5.6. Adresseavisen	Hette fanger opp olje	1	1	1	1	Utland
5.6. Stavanger Aftenblad	Hette fanger opp 1000 fat olje per dag i Mexicogolfen	1	1	1	1	Økonomi
5.6. Aftenposten	Oljekatastrofens ansikt	1	1	1	1	Utland
7.6. Bergens Tidende	BP prøver igjen i Mexicogolfen	1	1	1	1	Utland
7.6. Adresseavisen	Oljen spredt 320 kilometer	1	1	1	1	Utland
7.6. Dagsavisen	Framgang i oljeopprydding	1	1	1	1	Utland
7.6. Aftenposten	Oljeselskapet kan gå under	1	1	1	1	Forside
7.6. Stavanger Aftenblad	BP: Framgang i Mexicogolfen	1	1	1	1	Politikk
7.6. Aftenposten	Tar risiko uten sikkerhetsnett	1	1	1	1	Økonomi
8.6. Bergens Tidende	Håver inn på oljesøl	1	1	1	1	Økonomi
8.6. VG	Oljesøllet gjør Jens skeptisk	1	1	1	1	Økonomi
8.6. Dagsavisen	Alle er tapere	1	1	1	1	Nyheter
8.6. Dagsavisen	Skittengrønt	1	1	1	1	Utland
8.6. Klassekampen	Svart regnskap for BP	1	1	1	1	Kommentar
9.6. Adresseavisen	Oljiegiganten lekker olje og penge	1	1	1	1	Økonomi
9.6. VG	Trues på livet	1	1	1	1	Nyheter
10.6. Vårt Land	I bønn mot oljekatastrofen	1	1	1	1	Nyheter
10.6. Dagens Næringsliv	Oljesøl gir oljeskvis	1	1	1	1	Nyheter
10.6. Dagsavisen	USA: – BP får 72 timer	1	1	1	1	Økonomi
10.6. Stavanger Aftenblad	Godt gassnytt for BP ved Skarv	1	1	1	1	Utland
10.6. Dagens Næringsliv	90 mrd. tapt siden BP-ulykken	1	1	1	1	Økonomi
11.6. Dagens Næringsliv	Alfa-hannen	1	1	1	1	Økonomi
11.6. VG	Norskse sjømenn melder om plager	1	1	1	1	Nyheter
11.6. Aftenposten	Jakter på syndebygg	1	1	1	1	Økonomi
11.6. Dagens Næringsliv	Advare mot BP-slakt	1	1	1	1	Økonomi
11.6. Dagens Næringsliv	Kan snakke BP konkurs	1	1	1	1	Økonomi
11.6. Stavanger Aftenblad	BP vil ikke ha norsk oljelevern	1	1	1	1	Økonomi
11.6. Klassekampen	BP-aksje synker	1	1	1	1	Utland
12.6. Dagbladet	Det lukter white spirit overalt	1	1	1	1	Nyheter
12.6. Fædrelandsvenen	På teppet i Det hvite hus	1	1	1	1	Utland
12.6. Dagens Næringsliv	Skolerett for Obama	1	1	1	1	Økonomi
12.6. Dagbladet	Ber Obama holde kjøft	1	1	1	1	Nyheter
12.6. Adresseavisen	BP-lederen har ballast fra Lade	1	1	1	1	Økonomi
12.6. Stavanger Aftenblad	Ydmyk BP-sjef på teppet	1	1	1	1	Økonomi
12.6. Aftenposten	En ydmyk BP-sjef	1	1	1	1	Økonomi
12.6. Fædrelandsvenen	BP-kontrakt til Subsea 7	1	1	1	1	Økonomi
12.6. Klassekampen	Innkalt til Obama	1	1	1	1	Utland

Omdømmerisiko og media - Betydningen av en bedrifts omdømme for medieomtale.

13.6. Bergens Tidende	Utblåsning mot president Obama	1		1		1	Utland
13.6. VG	Stakk på ferie midt under krisen	1		1		1	Nyheter
13.6. Dagbladet	BP kjøper topp Google-annonser	1		1		1	Kommentar
14.6. VG	Ønsker fond for oljeerstatning	1		1		1	Nyheter
14.6. Dagens Næringsliv	Tvinges til å bla opp	1		1		1	Økonomi
15.6. Adresseavisen	Et miljøpolitisk 11. september	1		1		1	Økonomi
15.6. Fædrelandsvenen	BP's kostnader skyter i været	1		1		1	Nyheter
15.6. Dagens Næringsliv	BP-smell for fondskunder	1	1	1		1	Økonomi
15.6. Aftenposten	Obama ribber BP	1		1		1	Utland
15.6. Dagens Næringsliv	BP kan miste oljeblokkene	1		1		1	Økonomi
15.6. Klassekampen	BP må punge ut	1		1		1	Utland
16.6. Bergens Tidende	Olje på vannet	1		1		1	Utland
16.6. Bergens Tidende	Obama varsler slutt på oljealderen	1		1		1	Kommentar
16.6. Nationen	Oljekatastrofen vil prege politikk	1		1		1	Utland
16.6. VG	Skolerett for Obama etter oljeutslippet	1		1		1	Nyheter
16.6. Dagens Næringsliv	Anbefaler Statoil å kjøpe BP-partner	1	1	1		1	Økonomi
16.6. Aftenposten	Rivaler fremstiller BP som versting	1		1		1	Utland
17.6. Dagsavisen	Må få konsekvenser	1		1		1	Kommentar
17.6. Vårt Land	Obama krever erstatninger	1		1		1	Utland
17.6. Dagens Næringsliv	Lager fond etter press	1	1	1		1	Økonomi
17.6. Vårt Land	BP må betale	1		1		1	Forside
17.6. VG	Sorry, USA	1		1		1	Nyheter
17.6. Stavanger Aftenblad	BP dropper utbytte i ett år	1		1		1	Økonomi
17.6. Dagens Næringsliv	BP knuges av politisk spill	1		1		1	Økonomi
17.6. Aftenposten	20 milliarder dollar fra BP til krisefond	1		1		1	Utland
17.6. Klassekampen	Obamas krigstale	1		1		1	Utland
18.6. Vårt Land	Katastrofen ingen vil se	1		1		1	Forside
18.6. Dagens Næringsliv	Du må tiltales!	1		1		1	Økonomi
18.6. VG	«Vet ikke», «Husker ikke», «Var ikke involvert»	1		1		1	Nyheter
18.6. Aftenposten	Ba BP om unnskyldning	1		1		1	Utland
18.6. Stavanger Aftenblad	BP-sjefen fikk kjeft i Kongressen	1		1		1	Nyheter
19.6. Dagens Næringsliv	BP's styreleder beklager pr-blemme	1		1		1	Økonomi
19.6. Dagens Næringsliv	Svanberg søkte ly i Thailand	1		1		1	Økonomi
19.6. Dagens Næringsliv	Sveiseren fra Jokkmokk	1	1	1		1	Magasin
20.6. Dagbladet	Massive feil fra BP	1		1		1	Utland
21.6. Dagens Næringsliv	Avviser salgstrykker	1		1	1	1	Økonomi
21.6. Dagens Næringsliv	Krangler om regningen	1		1		1	Økonomi
21.6. Aftenposten	BP-rådgiver i dobbeltrolle	1		1		1	Forside
21.6. Aftenposten	BP-folk i dobbeltrolle	1		1		1	Utland
21.6. Fædrelandsvenen	BP må selge alt i Nordsjøen	1		1	1	1	Økonomi
21.6. Stavanger Aftenblad	BP kan trekke seg ut av Nordsjøen	1		1	1	1	Økonomi
21.6. VG	Tviler på norsk BP-exit	1		1	1	1	Nyheter
22.6. Bergens Tidende	BP advart flere uker før katastrofen	1		1		1	Utland

22.6. Adresseavisen	Små oljepartikler blir en miljøtrusselen	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Utland
22.6. Dagsavisen	Oljelekkasje før eksplosjonen	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Utland
22.6. Stavanger Aftenblad	BP ble advart før oljeulykken	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Utland
23.6. Fædrelandsveven	Oljepartikler på store havdyp er den største miljøtrusselen	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Utland
23.6. Fædrelandsveven	Raseriet mot BP stige	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Utland
24.6. Aftenposten	Historisk fall i energiforbruket	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
25.6. Aftenposten	Oljesøl vil prege toppmøter	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Utland
28.6. Aftenposten	BP med nye lån til erstatninger	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
29.6. Dagens Næringsliv	Dyrt for BP	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
30.6. Stavanger Aftenblad	Tøff tid for norske BP-ansatte	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Nyheter
		103	4	97	10	5	54	49	108				
2.7. Dagens Næringsliv	Utblåsning slår Mexico-rekord	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
2.7. Adresseavisen	Vi var akkurat kommet over «Katrina»	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Nyheter
2.7. Aftenposten	Utslipsrekord i gulven	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Utland
2.7. Klassekampen	Forsinker opprydning	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Utland
3.7. Adresseavisen	BP ødelegger et stykke matkultur	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Utland
6.7. Aftenposten	Feilaktig risikobilde	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Nyheter
6.7. Dagens Næringsliv	Snipp, snapp, skute	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
6.7. Aftenposten	BP jakter på nye eiere	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
7.7. Aftenposten	Visitt for å styrke gamle bånd	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Utland
7.7. Dagens Næringsliv	BP aviser behov for nye penger	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
8.7. Adresseavisen	Utblåsning truer miljøet i havet	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Nyheter
9.7. Dagsavisen	EU lanserer oljebore-stopp	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Utland
9.7. Dagens Næringsliv	Trekker seg fra løfte	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
9.7. Klassekampen	BP demper oljehåpet	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Utland
10.7. Adresseavisen	Bortenfor petroleumssølet	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Magasin
10.7. Dagens Næringsliv	Ville sparket BP-sjefen	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
12.7. Dagens Næringsliv	Oljen fosser fritt ut i Mexicogulfen	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
12.7. VG	BP skal stoppe oljesøl innen seks dager	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Nyheter
12.7. Dagbladet	Dette er Nordsjøens versting	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Nyheter
13.7. Aftenposten	BP's pris hittil: 22 milliarder	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Utland
13.7. Dagbladet	BP stenger verden ute	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Nyheter
14.7. Bergens Tidende	Klappjakt på hardt såret oljeggiant	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
14.7. Dagens Næringsliv	BP håper på oljestans i dag	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
15.7. Dagens Næringsliv	Innfører oljeskatt	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
15.7. Stavanger Aftenblad	BP-oppløp kan gi oljeggiant	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Forside
15.7. Adresseavisen	Haiene kretser rundt svekket BP	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
15.7. Stavanger Aftenblad	Haiene kretser rundt BP	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
16.7. Bergens Tidende	Oljelekkasjen midlertidig stoppet	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Utland
16.7. Aftenposten	Oljeutslippet i USA stanset	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Utland
16.7. Dagens Næringsliv	Kritiseres for borestans	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
16.7. Stavanger Aftenblad	Vi har klart å stanse lekkasjen	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Forside
16.7. VG	Oljelekkasjen stanset	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Nyheter

Omdømmerisiko og media - Betydningen av en bedrifts omdømme for medieomtale.

16.7. Stavanger Aftenblad	For tidlig å slippe jubelen løs	1		1		1	Utland
17.7. Bergens Tidende	BP får hjelp av Austevoll-skip	1		1		1	Økonomi
17.7. Adresseavisen	Bjørnevik-båt stoppet utslippet	1		1		1	Økonomi
17.7. Dagens Næringsliv	Tør knapt tro på oljeseier	1		1		1	Økonomi
17.7. Dagsavisen	Nerver i spenn i Mexicogolfen	1		1		1	Utland
17.7. Dagens Næringsliv	Svart hav	1		1		1	Magasin
17.7. VG	Tjæreballer på vei mot Norge	1		1		1	Nyheter
17.7. Aftenposten	Våger ikke å juble over oljestopp	1		1		1	Utland
17.7. Dagbladet	Nesten-katastrofer på BP's Valhall-felt	1		1		1	Nyheter
17.7. Dagens Næringsliv	BP nekter for sikkerhetssvikt	1	1	1		1	Økonomi
18.7. Aftenposten	Ikke tegn til lekkasje	1		1		1	Utland
19.7. Adresseavisen	BP mener brønnen kan holdes lukket	1		1		1	Utland
19.7. Stavanger Aftenblad	BP mener brønnen kan holdes lukket	1		1		1	Utland
20.7. Bergens Tidende	Årtier før skadeomfanget er kjent	1		1		1	Utland
20.7. Adresseavisen	Oljeutblåsinga i Mexicogolfen fortsetter	1		1		1	Utland
20.7. Adresseavisen	Ulykken kan gi bedre rutiner i Norge	1		1		1	Økonomi
20.7. Dagens Næringsliv	Potensielt langt mer alvorlig	1		1		1	Økonomi
20.7. Dagens Næringsliv	Verre enn fryktet	1		1		1	Økonomi
20.7. Stavanger Aftenblad	BP må utarbeide nødplan	1		1		1	Utland
21.7. Stavanger Aftenblad	Oljekatastrofe går ikke over	1		1		1	Utland
21.7. Dagbladet	Varslet om oljelekkasjen	1		1		1	Nyheter
21.7. Dagens Næringsliv	Sølet er blitt industri	1		1		1	Økonomi
21.7. Klassekampen	Utblåsinga i Mexicogolfen fortsetter	1		1		1	Utland
22.7. Dagens Næringsliv	Ødelegger levebrødet	1		1		1	Økonomi
23.7. VG	Olje på Yvingen	1	1	1		1	Kommentar
23.7. VG	Bare Photoshop	1		1		1	Nyheter
24.7. Dagsavisen	Storm mot BP	1		1		1	Utland
24.7. Nationen	Tropisk storm truer oljebrønn	1		1		1	Utland
24.7. Adresseavisen	Tropisk storm truer lekkasjestoppen	1		1		1	Utland
26.7. Dagens Næringsliv	Lite skade i Gulfen	1		1		1	Økonomi
26.7. Aftenposten	BP-sjefen får sparken i dag	1		1		1	Utland
26.7. Dagens Næringsliv	Slutt for BP-sjefen	1		1		1	Økonomi
26.7. Klassekampen	BP-sjef slutter	1		1		1	Utland
27.7. Aftenposten	Her er BPs nye sjef	1		1	1	1	Økonomi
27.7. Adresseavisen	Ryktene svirrer om fallskjerm for BP-sjef	1		1		1	Økonomi
27.7. Dagens Næringsliv	BP bytter toppsjef i dag	1		1		1	Økonomi
27.7. Stavanger Aftenblad	Ryktene svirrer om feit fallskjerm for BP-sjef	1		1		1	Økonomi
28.7. Bergens Tidende	Dypt fall, gedigen fallskjerm	1		1		1	Utland
28.7. Dagens Næringsliv	Kostbart utslipp	1		1		1	Økonomi
28.7. Dagens Næringsliv	Angripes også etter avgangen	1		1		1	Økonomi
28.7. Stavanger Aftenblad	Lower ny kultur i BP	1	1	1		1	Økonomi
28.7. Dagbladet	Stor lekkasje - stor fallskjerm	1		1		1	Nyheter
28.7. Aftenposten	Ut i kulden, inn i varmen	1		1		1	Økonomi

29.7. Dagens Næringsliv	Dom kan redusere BPs ansvar	1	1	1	1	1	Økonomi
29.7. Dagsavisen	BP borer enda dypere	1	1	1	1	1	Utland
30.7. Dagens Næringsliv	Satser alt på dypet	1	1	1	1	1	Økonomi
30.7. Adresseavisen	BP-utblåsning på- fører Statoil store tap	1	1	1	1	1	Økonomi
30.7. Stavanger Aftenblad	Analytiker tror Statoil vil kjøpe BP-andeler	1	1	1	1	1	Økonomi
30.7. Feдреlandsvenen	Snuser på BP-eiendeler	1	1	1	1	1	Økonomi
Juli		79	2	59	4	62	81
1.8. VG	Aryn (14) mistet pappa	1	1	1	1	1	Nyheter
1.8. VG	Ingen tok kommandoen	1	1	1	1	1	Nyheter
2.8. Aftenposten	Turister svikter strendene	1	1	1	1	1	Økonomi
2.8. VG	Total tursitsvikt ved badebyene langs Gulfen	1	1	1	1	1	Nyheter
2.8. Stavanger Aftenblad	Valhall skal løfte BP ut av utøret	1	1	1	1	1	Økonomi
3.8. Dagens Næringsliv	Prøver å bli kamerat	1	1	1	1	1	Økonomi
4.8. Aftenposten	Største oljeutslipp i verdenshistorien	1	1	1	1	1	Utland
5.8. Stavanger Aftenblad	ESS tildelt langtidskontrakt på Skarv	1	1	1	1	1	Økonomi
5.8. Dagens Næringsliv	Fikk ikke vedtatt lov	1	1	1	1	1	Økonomi
5.8. Dagens Næringsliv	På linje med "Full City"	1	1	1	1	1	Økonomi
6.8. Dagens Næringsliv	I løvens hule	1	1	1	1	1	Økonomi
6.8. Aftenposten	BPs Libya-boring bekymrer	1	1	1	1	1	Utland
6.8. Dagens Næringsliv	Forskere strides om oljeanslag	1	1	1	1	1	Økonomi
9.8. Stavanger Aftenblad	En serie dårlige beslutninger førte til ulykken i Mexicogolfen	1	1	1	1	1	Økonomi
14.8. Dagbladet	Alabama saksøker BP	1	1	1	1	1	Nyheter
17.8. Klassekampen	Naturen reparerer golfen	1	1	1	1	1	Utland
18.8. Dagens Næringsliv	BP henter milliarder	1	1	1	1	1	Økonomi
25.8. Adresseavisen	Energi med ny vri	1	1	1	1	1	Økonomi

27.8. Nationen	Grønland Oljeselskapet BP	1	0	11	8	1	2	13	1	4	19	Økonomi
August		19	0	11	8	1	2	13	1	4	19	
3.9. Dagsavisen	Nytt sjokk i Mexicogolfen	1		1				1				Utland
3.9. Dagens Næringsliv	Ny riggeksplosjon i Mexicogulften	1		1				1				Økonomi
7.9. Dagens Næringsliv	Simulator skal gi sikrere boring	1		1				1				Økonomi
9.9. Aftenposten	BP deler ut skyld	1		1				1				Utland
9.9. Dagens Næringsliv	Vil dele skylden - og regningen	1		1				1				Økonomi
9.9. Stavanger Aftenblad	BP vil fordele skyld etter ulykken	1		1				1				Økonomi
10.9. Stavanger Aftenblad	Norske brønnreperer jobbet dag og natt i Mexicogolfen	1		1			1					Økonomi
11.9. Aftenposten	Jobbet døgnnet rundt	1		1				1				Økonomi
20.9. Fædrelandsvenen	BP's katastrofebrønn stengt for godt	1		1				1				Økonomi
29.9. Bergens Tidende	Norsk ryddejobb havner i retten	1		1				1				Økonomi
September		10	0	9	1	1	2	8	0	0	10	
1.10. Stavanger Aftenblad	Liten frykt for svekket helikopterberedskap	1		1				1				Nyheter
5.10. Stavanger Aftenblad	Vann som dynamitt gir mer olje	1		1				1				Økonomi
5.10. Stavanger Aftenblad	BP-styreleder trekker seg	1		1				1				Økonomi
7.10. Dagens Næringsliv	Energi øverst på agendaen	1		1				1				Økonomi
16.10. Klassekampen	Lang vei tilbake	1		1				1		1		Magasin
19.10. Nordlys	Oljevirksohmhetens inntog i nord	1		1				1				Nyheter
19.10. Aftenposten	BP selger oljefelter til russisk avlegger	1		1				1				Økonomi
21.10. Nordlys	Alvorlige signaler	1		1			1					Økonomi
25.10. Dagens Næringsliv	Odfjell-rigg skal bore i Angola	1		1				1				Økonomi
25.10. Stavanger Aftenblad	BP ga mest	1	1	1				1				Lokalt
28.10. VG	Oljeboring vil gi 2000 jobber	1		1				1				Nyheter
29.10. Fædrelandsvenen	Håper på Valhall-kontrakter	1		1				1				Økonomi
30.10. Stavanger Aftenblad	Dårlig sement i Mexicobrønnen	1		1				1				Økonomi
Oktober		12	1	2	11	3	3	9	1	1	13	
3.11. Dagens Næringsliv	Rydderegningen øker	1		1				1				Økonomi
5.11. Dagens Næringsliv	Unge vil bli satset på	1		1				1				Økonomi
8.11. Nordlys	Åpner for lokale leverandører	1		1				1				Nyheter
12.11. Dagens Næringsliv	Roser norsk sikkerhet	1		1				1				Økonomi
13.11. Stavanger Aftenblad	Oljeselskapene: -Vi handler i Norge, Giske!	1		1				1				Økonomi
20.11. Dagens Næringsliv	Klar for eventyr i USA	1		1				1				Økonomi
November		6	0	3	3	3	3	3	0	0	6	
1.12. Dagens Næringsliv	Russere inn i oljehandel	1		1				1				Økonomi
5.12. Aftenposten	Kåret til årets verste sjef	1	1	1				1				Økonomi
5.12. Aftenposten	BP får sviende refs	1		1				1		1		Økonomi
17.12. Dagens Næringsliv	120 milliarders søksmål	1		1				1				Økonomi
17.12. Aftenposten	Ukjent Statoil-lekkasje	1		1				1				Økonomi
22.12. Dagens Næringsliv	Avblåser Gulf-krisen	1		1				1				Økonomi
27.12. Stavanger Aftenblad	50 Statoil-milliarder drysser over Rogaland	1	1	1				1				Nyheter
Desember		4	2	4	2	1	1	4	1	1	6	
Totalt		380	13	298	95	28	216	150	150	150	150	

Finanshuset Acta

Antall saker: 93

Dato	Media	Tittel	Øko.aktivitet	Sos.aktivitet	Innside	Andre	Positiv	Nøytral	Negativ	T	URL/Seksjon
	5.1. Fædrelandsvennen	Stadde land bedrager tiltalt	1					1			Nyheter
	7.1. Dagens Næringsliv	Bare meg de vil ta	1					1			Økonomi
	21.1. Dagens Næringsliv	Forsvarere får støtte	1		1				1		Økonomi
	22.1. Dagens Næringsliv	Sterke følelser i retten	1		1				1		Økonomi
	22.1. Stavanger Aftenblad	Fred Ingebrigtsen lettet over å ha avgitt forklaring	1		1				1		Nyheter
	23.1. Stavanger Aftenblad	Langer ut mot politiarbeidet	1		1				1		Økonomi
	23.1. Dagens Næringsliv	Siktelsen utvidet	1		1				1		Økonomi
	24.1. Aftenposten	Acta-siktelsen utvides	1		1				1		Økonomi
	28.1. Aftenposten	Acta-kunder får inkassobrev	1		1				1		Økonomi
	30.1. Stavanger Aftenblad	Nervekrig i innsidesaken	1		1				1		Kommentar
	30.1. Stavanger Aftenblad	Advokat nekter politiet nye avhør av innsidesiktet	1		1				1		Økonomi
	31.1. Aftenposten	Dystert og dårlig	1		1				1		Økonomi
Januar			12	0	8	4	0	5	7	12	
	2.2. Stavanger Aftenblad	Fotballhallen klar i 2011		1				1			Sport
	2.2. Dagens Næringsliv	Unggår "doom" med høy oljepris	1					1			Økonomi
	8.2. Dagens Næringsliv	Handlet i Acta-gründerne var kunder	1		1						Økonomi
	12.2. Stavanger Aftenblad	ROGALANDSINDEKSEN: Rogaland tapte mindre enn Oslo Børs	1		1						Økonomi
	13.2. Adresseavisen	Tapte flest sparekrangler	1						1		Økonomi
	15.2. Aftenposten	Tilbyr tap på 150 000 kroner	1						1		Økonomi
	15.2. Stavanger Aftenblad	n: -Banksjef burde ikke handlet Acta-aksjer	1		1						Økonomi
	18.2. Stavanger Aftenblad	Acta taper	1						1		Økonomi
	27.2. Aftenposten	Trykket personnummer i adressefelt	1						1		Nyheter
Februar			8	1	2	7	0	6	3	9	
	1.3. Stavanger Aftenblad	Den vanskelige åpenheten	1		1						Kommentar
	5.3. Dagens Næringsliv	Acta-gründerne investerte i Cevian Capital	1					1			Økonomi
	6.3. Aftenposten	USA-tall ga børslyst i Oslo	1					1			Økonomi
	6.3. Dagens Næringsliv	Acta fritatt	1					1			Økonomi
	10.3. Stavanger Aftenblad	379 svenske småsparerer til sak mot Acta	1					1			Økonomi
	12.3. Aftenposten	Takker ja til nedbetalingstilbud	1					1			Økonomi
	15.3. Stavanger Aftenblad	Rogalandsindeksen: Tide har børsvind i seilene	1					1			Økonomi
	22.3. Dagens Næringsliv	Frykter flere "stygge saker"	1					1			Økonomi
Mars			8	0	1	7	0	8	0	8	
	9.4. Dagens Næringsliv	Fredsavtalen over	1					1			Økonomi
	12.4. Dagens Næringsliv	Ny Ugland-strid for retten	1					1			Økonomi
	14.4. Dagens Næringsliv	I verste fall konkurs	1					1			Økonomi
	21.4. Dagens Næringsliv	Overrasket over risiko	1					1			Økonomi
	24.4. Dagens Næringsliv	Foreslår bonusforbud	1					1			Økonomi
	28.4. Aftenposten	Hit med pengene	1					1			Økonomi

Omdømmerisiko og media - Betydningen av en bedrifts omdømme for medieomtale.

	6	0	0	6	0	6	0	6	0	6
April	6	0	0	6	0	6	0	6	0	6
5.5. Dagens Næringsliv	1					1				Økonomi
8.5. Fædrelandsvennen	1					1				Nyheter
8.5. Dagens Næringsliv	1					1				Økonomi
15.5. Stavanger Aftenblad		1								Sport
29.5. Stavanger Aftenblad		1								Sport
Mai	3	2	0	5	0	5	0	5	0	5
3.6. Dagens Næringsliv	1					1				Økonomi
18.6. Aftenposten	1					1				Kommentar
23.6. Dagens Næringsliv	1					1				Økonomi
Juni	3	0	0	3	0	3	0	3	0	3
7.7. Stavanger Aftenblad	1					1				Nyheter
7.7. Stavanger Aftenblad	1					1				Nyheter
7.7. Stavanger Aftenblad	1					1				Forside
7.7. Dagens Næringsliv	1					1				Økonomi
8.7. Dagens Næringsliv	1					1				Økonomi
8.7. Dagens Næringsliv	1					1				Økonomi
8.7. Stavanger Aftenblad	1					1				Nyheter
8.7. Aftenposten	1					1				Notis
8.7. Dagens Næringsliv	1					1				Økonomi
10.7. Dagens Næringsliv	1					1				Økonomi
10.7. Dagens Næringsliv	1					1				Økonomi
14.7. Dagens Næringsliv	1					1				Økonomi
15.7. Dagens Næringsliv	1					1				Økonomi
16.7. Dagens Næringsliv	1					1				Økonomi
17.7. Stavanger Aftenblad	1					1				Økonomi
17.7. Stavanger Aftenblad	1					1				Økonomi
19.7. Dagens Næringsliv	1					1				Økonomi
23.7. Stavanger Aftenblad	1	1				1	1			Kommentar
Juli	17	1	1	16	2	13	4	13	1	18
3.8. Dagens Næringsliv	1					1				Økonomi
11.8. Stavanger Aftenblad	1					1				Kommentar
16.8. Dagens Næringsliv	1					1				Kommentar
19.8. Aftenposten	1					1				Notis
19.8. Dagens Næringsliv	1					1				Økonomi
19.8. Aftenposten	1					1				Økonomi
19.8. Aftenposten	1					1				Forside
19.8. Aftenposten	1					1				Økonomi
19.8. Stavanger Aftenblad	1					1				Økonomi
25.8. Aftenposten	1					1				Økonomi
30.8. Aftenposten	1					1				Økonomi
August	11	0	3	8	3	5	3	5	3	11

14.9. Dagens Næringsliv	Handlet i fødselspermisjon	1			1		Økonomi
14.9. Stavanger Aftenblad	Fred A. Ingebrigtsen i bitter strid om luksusvilla i Marbella på den	1			1		Notis
14.9. Dagens Næringsliv	Krever 424 mill. av Handelsbanken	1			1		Økonomi
15.9. Stavanger Aftenblad	Handelsbanken fryktet kursras	1			1		Økonomi
20.9. Stavanger Aftenblad	En kalkulert utpressing?	1			1		Kommentar
22.9. Stavanger Aftenblad	Reduserte siktelser i innsidesaken	1		1			Økonomi
22.9. Dagens Næringsliv	Reduserer Acta-siktelse	1		1			Økonomi
23.9. Aftenposten	Reduserte siktelser i Acta-saken	1		1			Notis
September		8	0		7	0	8
14.10. Stavanger Aftenblad	Usikkerhet om verdiene i Ingebrigtsen-selskap	1			1		Økonomi
Oktober		1	0		1	0	1
1.11. Dagens Næringsliv	Svensker saksøker Acta	1				1	Økonomi
2.11. Dagens Næringsliv	Tilbake på skisporet	1				1	Økonomi
November		1	1		0	2	2
8.12. Stavanger Aftenblad	Statsadvokaten vil ha saken før jul	1			1		Økonomi
8.12. Adresseavisen	Milliardgevinst i Sverige	1				1	Økonomi
8.12. Stavanger Aftenblad	Innsidesiktede tapte 94 mill.	1				1	Økonomi
8.12. Dagens Næringsliv	Eiendomssalg gir julebonus	1				1	Økonomi
8.12. Aftenposten	Mener politiet somler i Acta-saken	1				1	Økonomi
9.12. Stavanger Aftenblad	Langvarig etterforskning i innsidesaken	1				1	Kommentar
20.12. Stavanger Aftenblad	Føler seg lurt - går til sak mot Acta og DnB Nor	1				1	Økonomi
20.12. Dagens Næringsliv	Acta villedet 80-åring til å kjøpe hedgefond	1				1	Økonomi
21.12. Nordlys	En trist historie	1				1	Nyheter
30.12. Dagens Næringsliv	Acta-gründer i pengekrangel	1			1		Økonomi
Desember		10	0		3	4	10
Totalt		88	5		63	19	19

SpareBank1 SR-Bank

Antall saker:

182

Dato	Media	Tittel	Øko.aktivitet	Sos.aktivitet	Positiv	Nøytral	Negativ	T	URL/Seksjon
7.1.	Fædrelandsvennen	Tapte søksmål mot CIV E18	1			1			Papir
8.1.	Stavanger Aftenblad	SR-Bank gir deg været på Domkirkeplassen		1	1				Lokalt
11.1.1.	Stavanger Aftenblad	Konjunkturbarometeret for Rogaland: Bedriftene tror på bedre tider i år		1		1			Økonomi
11.1.	Dagens Næringsliv	Nye krav gir dyrere kapital	1			1			Økonomi
12.1.	Stavanger Aftenblad	Sterk start for Kinokino	1			1			Kultur
10.1.	Stavanger Aftenblad	SKIFTET BEITE	1			1			Jobb og Utdanning
14.1.	Stavanger Aftenblad	Jærbønder fortsetter å investere i nye fjøs	1			1			Lokalt
15.1.	Stavanger Aftenblad	Eiendomsmegler 1 kjøper utleieselskap	1			1			Økonomi
16.1.	Bergens Tidende	Varm gave til bergen	1			1			Notis
18.1.	Aftenposten	Ordnert seg bankkonto med falskt pass	1			1			Nyheter
18.1.	Klassekampen	Konserthus i Stavanger	1			1			Papir
19.1.	Stavanger Aftenblad	Bedrifter og kommunen blir opp for Haiti	1		1				Politikk
22.1.	Fædrelandsvennen	2000 gratis vedsekker	1		1				Papir
22.1.	Stavanger Aftenblad	Festen fortsetter etter finanskrisen	1			1			Økonomi
23.1.	Stavanger Aftenblad	To av ti tror boligprisene vil stige	1			1			Økonomi
26.1.	Fædrelandsvennen	Større optimisme	1			1			Næringsliv
27.1.	Stavanger Aftenblad	Dement får beholde aksjegevinst	1			1	1		Økonomi
30.1.	Stavanger Aftenblad	Pris til Postbanken	1			1			Nyheter
		Januar	11	7	3	14	1	18	
5.2.	Bergens Tidende	SR-Bank skal doble i Bergen	1			1			Notis
5.2.	Dagens Næringsliv	Alt snudde på tolv måneder	1		1				Økonomi
5.2.	Stavanger Aftenblad	SR-Bank tjente mer enn noen gang	1		1				Forside
5.2.	Stavanger Aftenblad	SR-Bank med tidenes beste årsresultat	1		1				Økonomi
10.2.	Dagbladet	Her er de beste og verste bankene	1			1			Notis
10.2.	Stavanger Aftenblad	SR-Bank-filialen på Vigrestad legg ned	1				1		Lokalt
11.2.	Stavanger Aftenblad	Frosne røt lager flom av skader	1			1			Nyheter
12.2.	Fædrelandsvennen	Forsiktig optimisme	1			1			Næringsliv
12.2.	Stavanger Aftenblad	Penger til Jøssingfjord- senteret	1			1			Lokalt
13.2.	Stavanger Aftenblad	Trekkjer seg i protest	1			1			Lokalt
16.2.	Stavanger Aftenblad	Stor skepsis blant kjøpesentre	1			1			Lokalt
18.2.	Stavanger Aftenblad	SR-Bank jakter på Varebergs etterfølger	1		1				Nyheter
19.2.	Stavanger Aftenblad	Samfunnsinstitusjon søker toppsjef	1		1				Nyheter
22.2.	Dagens Næringsliv	Mot vårstemning i bankene	1			1			Kommentar
23.2.	Stavanger Aftenblad	Banken har bestemt seg	1			1			Økonomi
24.2.	Stavanger Aftenblad	Vigrestad gir opp bank-kamp SR-Bank i Rogaland	1			1			Lokalt

27.2. Stavanger Aftenblad	Kjempesprekk for Abbedens hus	1	1	1	1	1	Lokalt
27.2. Stavanger Aftenblad	Bank ser mot Vigrestad	1	1	1	1	1	Lokalt
Februar		16	2	5	8	5	18
1.3. Dagbladet	Knallgod rente på sparekonto	1			1		Nyheter
2.3. Stavanger Aftenblad	Torsøe bytter bank	1			1		Folk
4.3. Dagens Næringsliv	Tilsynet advarer om rammelån	1			1		Økonomi
4.3. Stavanger Aftenblad	Står på for ny bank	1			1		Lokalt
9.3. Stavanger Aftenblad	Ugå skal eie Stavanger i to uker	1	1		1		Lokalt
11.3. Fædrelandsvennen	Viktig å gi ungdommen muligheter	1	1		1		Næringsliv
13.3. Stavanger Aftenblad	Ny bank på Vigrestad	1			1		Lokalt
15.3. Dagens Næringsliv	Samler gründere i Bergen	1	1		1		Økonomi
15.3. Stavanger Aftenblad	Rogalandsindeksen: Tide har børsvind i seilene	1	1		1		Økonomi
16.3. Stavanger Aftenblad	Ny sjef tjuvstarter i Sandnes Sparebank	1	1		1		Økonomi
24.3. Stavanger Aftenblad	Lei av sykefravær-synsing	1	1		1		Politikk
25.3. Stavanger Aftenblad	Ærespris til Arthur Abrahamson	1	1		1		Sport
27.3. Stavanger Aftenblad	Bra med sterk finanskylnge	1	1		1		Nyheter
30.3. Bergens Tidende	Har kuttet kraftig i budsjettet	1	1		1		Sport
Mars		9	5	0	13	1	14
7.4. Stavanger Aftenblad	100.000 til Kulturbørsen?	1	1		1		Notis
14.4. Bergens Tidende	Martes opptur	1	1		1		Folk
16.4. Stavanger Aftenblad	Rogalandsindeksen: Positive tall ga et løft	1	1		1		Økonomi
20.4. Stavanger Aftenblad	42 skular ventar på teknolab	1	1		1		Lokalt
22.4. Stavanger Aftenblad	Økonomien tynges av dyrere kraftfôr	1	1		1		Lokalt
22.4. Stavanger Aftenblad	Talenter fikk 80.000 og samspill med Dybdahl	1	1	1			Lokalt
22.4. Stavanger Aftenblad	3000 kunder i SR-Bank kan få skattesmeil	1	1		1		Nyheter
28.4. Stavanger Aftenblad	Miljøengasjerte 10-14-åringar	1	1		1		Nyheter
30.4. Dagens Næringsliv	Tilbake til normalen for SR-Bank	1	1		1		Nyheter
30.4. Stavanger Aftenblad	SR-Bank resultat på 395 mill. kr.	1	1		1		Økonomi
April		5	5	2	7	1	10
5.5. Stavanger Aftenblad	Pluss-banken til Flekkefjord	1	1		1		Økonomi
5.5. Stavanger Aftenblad	SR-Bank øker renten	1	1		1		Økonomi
8.5. Bergens Tidende	Kvinner blanke om fremtidig pensjon	1	1		1		Økonomi
8.5. Stavanger Aftenblad	Professor Niall Ferguson slår alarm: Frykter full krise	1	1		1		Økonomi
8.5. Stavanger Aftenblad	Kvinner blanke om framtidig pensjon	1	1		1		Økonomi
8.5. Dagens Næringsliv	Tror nytt ragnarok er på vei	1	1		1		Økonomi
8.5. Dagens Næringsliv	Enig med Ferguson?	1	1		1		Økonomi
11.5. Stavanger Aftenblad	Ny eigarstruktur for Lysefjorden Utvikling?	1	1		1		Lokalt
19.5. Stavanger Aftenblad	Time støtter slank sjøorm	1	1		1		Lokalt

21.5. Dagbladet	Dyrere økonomi	1	1	1	1	1	1	1	Nyheter
26.5. Stavanger Aftenblad	Liten tro på ny finanskrise	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
27.5. Bergens Tidende	Kvinneherad Sparebank går inn i SR-Bank	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
27.5. Stavanger Aftenblad	SR-Bank kjøper småbank i Hordaland	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
28.5. Bergens Tidende	Småbanker blir borte	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
28.5. Stavanger Aftenblad	Viktig jobb for regional utvikling	1	1	1	1	1	1	1	Kommentar
28.5. Fædrelandsvennen	Arne Austreid (54) er ansatt	1	1	1	1	1	1	1	Notis
28.5. Stavanger Aftenblad	SR-Bank- sjef blank på bank	1	1	1	1	1	1	1	Forside
28.5. Stavanger Aftenblad	Karmøybu uten bankerfaring overtar i SR-Bank	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
17	1	2	15	1	18				
Mai									
1.6. Dagens Næringsliv	Tar oppgjør med Giske	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
2.6. Adresseavisen	Lavinnskuddsbolig kan være et	1	1	1	1	1	1	1	Nyheter
3.6. Aftenposten	Skremte banker skyr høy fellesgjeld	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
4.6. Stavanger Aftenblad	Dette må du passe på	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
6.6. Stavanger Aftenblad	elv de beste kan bli bedre	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
8.6. Bergens Tidende	Shoppe-hopp i Fana og Åsane	1	1	1	1	1	1	1	Nyheter
9.6. Stavanger Aftenblad	Bryne-handelen vant i 2009	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
12.6. Stavanger Aftenblad	Flytting av søppeldunken er god brannforebygging	1	1	1	1	1	1	1	Nyheter
15.6. Stavanger Aftenblad	Mimibanker snart tomme for penger	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
17.6. Dagens Næringsliv	Venter midtnorsk Nokia	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
17.6. Adresseavisen	SMN vil investere mer i trøndersk næringsliv	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
17.6. Stavanger Aftenblad	Gåve og ny sjef til Garborgsenteret	1	1	1	1	1	1	1	Lokalt
18.6. Bergens Tidende	Tøffere for unge å få boliglån	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
18.6. Nationen	Ny leiar for Garborgsenteret	1	1	1	1	1	1	1	Kultur
18.6. Bergens Tidende	Bankene kutter i maksimal gjeld	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
23.6. Stavanger Aftenblad	SKIFTET BEITE	1	1	1	1	1	1	1	Jobb og Utdanning
24.6. Stavanger Aftenblad	Professorat i klimaets tjeneste	1	1	1	1	1	1	1	Leder
24.6. Stavanger Aftenblad	6 millioner skal sikre gassprofessor	1	1	1	1	1	1	1	Nyheter
25.6. Stavanger Aftenblad	Tomatbønder nøler med å fortsette	1	1	1	1	1	1	1	Nyheter
25.6. Fædrelandsvennen	Tiden har løpt fra sørlandsbankene	1	1	1	1	1	1	1	Nyheter
25.6. Fædrelandsvennen	God idé - for SR-Bank	1	1	1	1	1	1	1	Nyheter
25.6. Fædrelandsvennen	SR-Bank frir igjen til banker i sør	1	1	1	1	1	1	1	Forside
30.6. Dagens Næringsliv	Kan bli aksjebank	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
30.6. Stavanger Aftenblad	SR-Bank kan bli aksjesparebank	1	1	1	1	1	1	1	Nyheter
19	5	6	16	2	24				
Juni									
1.7. Fædrelandsvennen	SR-Bank kan bli AS	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi
4.7. Fædrelandsvennen	Historisk avtale for FK Vigør	1	1	1	1	1	1	1	Sport
6.7. Stavanger Aftenblad	Bedre tider på Forus	1	1	1	1	1	1	1	Økonomi

Juli	16.7. Stavanger Aftenblad	Stor auke i bilsalet	1		1							Økonomi
	28.7. Stavanger Aftenblad	Regionen trenger lokale ledere	1	1								Kommentar
	4		1	2	3	0	5					
	3.8. Dagens Næringsliv	Kvittet seg med gjeld	1		1							Økonomi
	12.8. Dagens Næringsliv	Utlånsfest for sparebankene	1		1							Økonomi
	12.8. Dagens Næringsliv	Vil fri til investorer	1		1							Økonomi
	12.8. Fædrelandsvennen	SR-Bank i siget	1		1							Økonomi
	12.8. Stavanger Aftenblad	Boliglån løfter SR-Bank	1		1							Økonomi
	13.8. Stavanger Aftenblad	Sandnes Sparebank sliter med tap og dyr drift	1		1							Økonomi
	13.8. Stavanger Aftenblad	Bank sikrer amfi i Perla	1		1							Lokalt
	16.8. Adresseavisen	Norges mest attraktive storby	1		1							Politikk
	16.8. Stavanger Aftenblad	Har SR-Bank lyst på Sandnes Sparebank?	1		1							Kommentar
	17.8. Stavanger Aftenblad	En sparebank for Vestlandet	1		1							Kommentar
	20.8. Fædrelandsvennen	Strengere kundekrav	1		1							Økonomi
	22.8. Dagbladet	Trondheim mer attraktiv enn Oslo	1		1							Politikk
	22.8. VG	Mer attraktiv enn Oslo	1		1							Notis
	24.8. Stavanger Aftenblad	Nasker du fra arbeidsplassen?	1		1							Lokalt
30.8. Stavanger Aftenblad	Reddet orgel fra uviss skjebne	1	1								Lokalt	
30.8. Dagens Næringsliv	Gullrabatt til tre mrd	1		1							Økonomi	
15		1	4	12	0	16						
August												
8.9. Stavanger Aftenblad	Ny vår blant gamle aktører i meglerbransjen	1		1								Økonomi
14.9. Stavanger Aftenblad	Pengestopp for Filmkraft	1		1								Kultur
20.9. Stavanger Aftenblad	Dollaren knekte sykkelsetsin	1		1								Økonomi
24.9. Fædrelandsvennen	Det bygges for få boliger i Norge	1		1								Økonomi
27.9. Bergens Tidende	Sparer som aldri før	1		1								Notis
27.9. Stavanger Aftenblad	Vi betaler raskere ned på boliglånet	1		1								Forside
27.9. Stavanger Aftenblad	Nå betaler vi gjeld og sparer som aldri før	1		1								Nyheter
28.9. Stavanger Aftenblad	Bankene vil samarbeide om kortforfalskning	1		1								Nyheter
29.9. Stavanger Aftenblad	DnB Nor vil forbi SR-Bank og Skagen	1		1								Forside
29.9. Stavanger Aftenblad	DnB Nor vil krige seg forbi SR-Bank og Skagen	1		1								Økonomi
29.9. Stavanger Aftenblad	SR-Bank: -De skal få stå tidlig opp om morgenen for å lykkes	1		1								Økonomi
10		1	2	9	0	11						
September												
5.10. Bergens Tidende	Beste student under vann	1		1								Folk
6.10. Stavanger Aftenblad	STATSBUDSJETTET 2011	1		1								Nyheter
6.10. Stavanger Aftenblad	Betyr lite for lommeboken din	1		1								Forside
6.10. Fædrelandsvennen	Mindre skatt for folk fles	1		1								Økonomi
13.10. Stavanger Aftenblad	Pengane oppbrukt på Abbedens Hus	1	1									Lokalt
19.10. Stavanger Aftenblad	Høyhustomt kan ryke	1		1								Økonomi

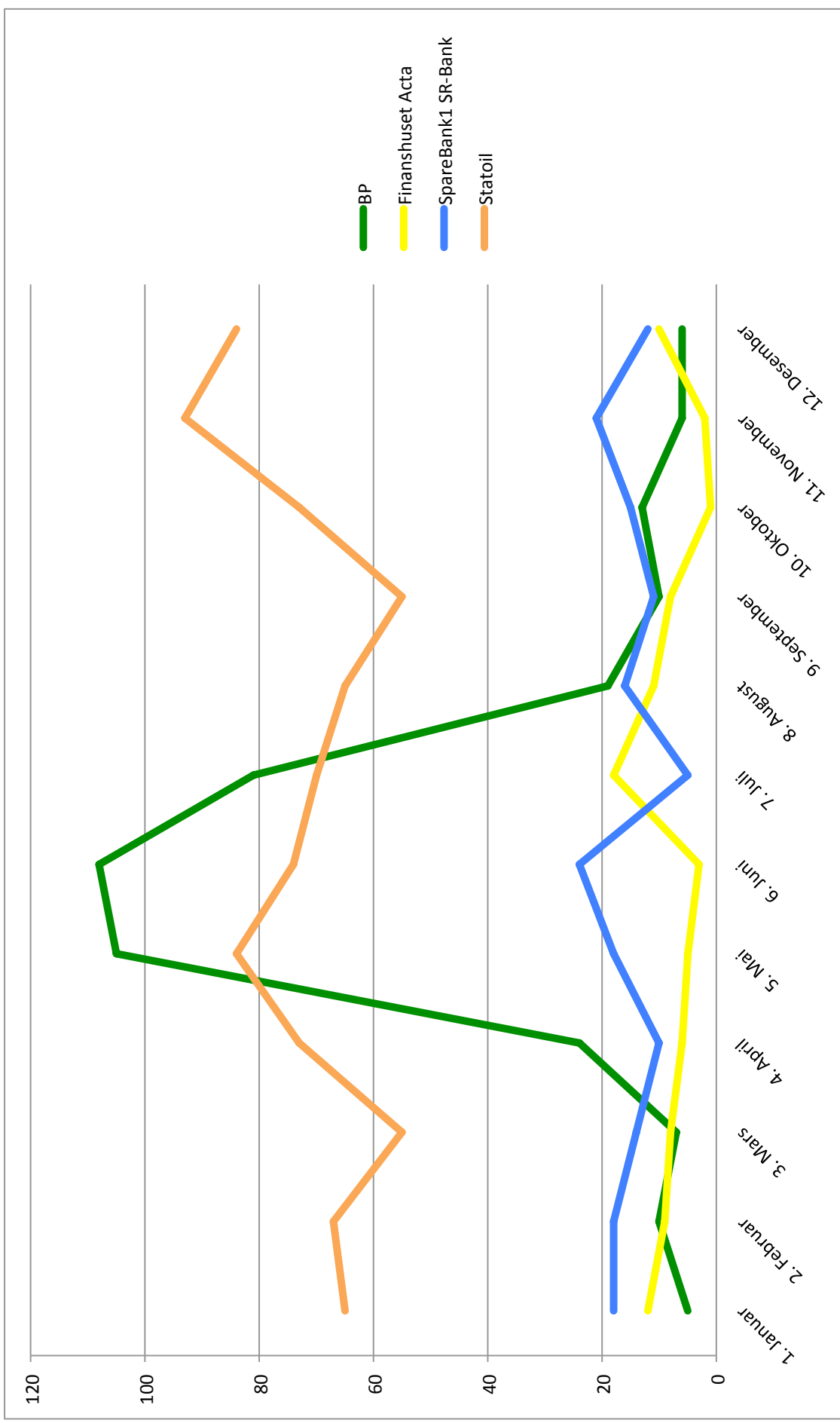
21.10. Stavanger Aftenblad	Skatteoppgjøret: 655 millioner fra finans	1	1	1	Økonomi		
23.10. Nationen	Investeringstørke skaper framtidssuro	1	1	1	Politikk		
27.10. Stavanger Aftenblad	Tror på gode år for Rogaland	1	1	1	Nyheter		
27.10. Stavanger Aftenblad	1 MILLION KRONER	1	1	1	Notis		
28.10. Stavanger Aftenblad	Samspill mot framtiden	1	1	1	Kommentar		
29.10. Stavanger Aftenblad	Sier ja til aksjesparebank	1	1	1	Økonomi		
29.10. Dagens Næringsliv	Spiser i seg egne løfter	1	1	1	Økonomi		
29.10. Fædrelandsvennen	1,2 mrd. for SR-Bank	1	1	1	Notis		
29.10. Stavanger Aftenblad	1,2 milliarder i overskudd for SR-Bank	1	1	1	Økonomi		
Oktober		12	3	0	15	0	15
1.11. Dagbladet	Spar 1200 på å bytte bank	1	1	1	Nyheter		
2.11. Stavanger Aftenblad	Sandnes Sparebank kan bli kjøpt opp	1	1	1	Politikk		
3.11. Aftenposten	Snart for sent å binde renten	1	1	1	Økonomi		
3.11. Adresseavisen	På tide å binde renten?	1	1	1	Økonomi		
3.11. Stavanger Aftenblad	Nå kan det være på tide å binde renten	1	1	1	Økonomi		
3.11. Fædrelandsvennen	På tide å vurdere fastrente	1	1	1	Økonomi		
4.11. Stavanger Aftenblad	Kven spreier livsglede?	1	1	1	Lokalt		
9.11. Bergens Tidende	Bankopptur i vest	1	1	1	Økonomi		
16.11. Fædrelandsvennen	Plusbank vokser vestover	1	1	1	Økonomi		
20.11. Stavanger Aftenblad	Utstein Kloster i pengeknipe	1	1	1	Kultur		
25.11. Stavanger Aftenblad	Vaktskifte i SR-Bank markert i Atlantic Hall	1	1	1	Økonomi		
26.11. Stavanger Aftenblad	Kapitalens ansvar	1	1	1	Kommentar		
26.11. Stavanger Aftenblad	Mansur Rajih tildelt Menneske- rettighetsprisen 2010	1	1	1	Notis		
27.11. Stavanger Aftenblad	10 millioner til Lysefjorden	1	1	1	Lokalt		
29.11. Dagens Næringsliv	Tøffere for unge å få lån	1	1	1	Økonomi		
29.11. Stavanger Aftenblad	En sparebank for framtida	1	1	1	Kommentar		
30.11. Stavanger Aftenblad	Hvilepuls hos konkurrentene	1	1	1	Nyheter		
30.11. Stavanger Aftenblad	Gave til hele Rogaland	1	1	1	Notis		
30.11. Stavanger Aftenblad	Ordfører droppet Ryfylkekonferansen	1	1	1	Notis		
30.11. Stavanger Aftenblad	Sandnes Sparebank frykter ikke SR-Banks inntog som eier	1	1	1	Nyheter		
30.11. Stavanger Aftenblad	«En finansplassering? Det henger jo ikke på grep»	1	1	1	Nyheter		
November		15	6	5	15	1	21
1.12. Stavanger Aftenblad	Konkurransen og eierskap	1	1	1	Kommentar		
4.12. Stavanger Aftenblad	Desember sikrer lønninger for byprestene i Sandnes	1	1	1	Lokalt		
6.12. Stavanger Aftenblad	SR-Bank ønsker å overta oss	1	1	1	Økonomi		
14.12. Stavanger Aftenblad	Vågen får milliongave	1	1	1	Lokalt		
15.12. Bergens Tidende	Stipend til unge talenter	1	1	1	Notis		
15.12. Stavanger Aftenblad	Svend Møller fekk livsgledeprisen	1	1	1	Lokalt		

16.12. Stavanger Aftenblad	Økt pågang også hos bankene	1	1	1	1	Nyheter	
20.12. Dagens Næringsliv	Fikk hjelp - og styrte mot konkurs	1			1	Økonomi	
22.12. Stavanger Aftenblad	Ny AFP gir ekstra pensjon	1			1	Nyheter	
27.12. Stavanger Aftenblad	50 Statoil-milliarder drysser over Rogaland	1			1	Nyheter	
28.12. Stavanger Aftenblad	Banksjef Terje Vareberg blir krambukar i byen	1		1		Nyheter	
30.12. Dagens Næringsliv	Ugreit når en må gå tilslike skritt	1		2	1	Økonomi	
Desember		8	4	2	8	2	12
Totalt		141	41	33	135	14	

Alle måneder 2010 - SpareBank1 SR-Bank, Finanshuset Acta, BP og Statoil

Bedrift	Måned	M	Øko.aktivitet	Sos.aktivitet	Div.1	Div.2	Positiv	Nøytral	Negativ	T
BP	1. Januar	1	5	0	0	5	0	4	1	5
BP	2. Februar	2	10	0	0	10	1	6	3	10
BP	3. Mars	3	7	0	0	7	0	6	1	7
BP	4. April	4	21	3	14	10	4	8	12	24
BP	5. Mai	5	104	1	99	6	3	39	63	105
BP	6. Juni	6	103	4	97	10	5	54	49	108
BP	7. Juli	7	79	2	59	22	4	62	15	81
BP	8. August	8	19	0	11	8	2	13	4	19
BP	9. Septembe	9	10	0	9	1	2	8	0	10
BP	10. Oktober	10	12	1	2	11	3	9	1	13
BP	11. Novemb	11	6	0	3	3	3	3	0	6
BP	12. Desemb	12	4	2	4	2	1	4	1	6
BP	Totalt'10		380	13	298	95	28	216	150	
Finanshuset Acta	1. Januar	1	12	0	8	4	0	5	7	12
Finanshuset Acta	2. Februar	2	8	1	2	7	0	6	3	9
Finanshuset Acta	3. Mars	3	8	0	1	7	0	8	0	8
Finanshuset Acta	4. April	4	6	0	0	6	0	6	0	6
Finanshuset Acta	5. Mai	5	3	2	0	5	0	5	0	5
Finanshuset Acta	6. Juni	6	3	0	0	3	0	3	0	3
Finanshuset Acta	7. Juli	7	17	1	16	2	4	13	1	18
Finanshuset Acta	8. August	8	11	0	3	8	3	5	3	11
Finanshuset Acta	9. Septembe	9	8	0	7	1	1	7	0	8
Finanshuset Acta	10. Oktober	10	1	0	1	0	0	1	0	1
Finanshuset Acta	11. Novemb	11	1	1	0	2	0	1	1	2
Finanshuset Acta	12. Desemb	12	10	0	5	5	3	3	4	10
Finanshuset Acta	Totalt'10		88	5	43	50	11	63	19	

SpareBank1 SR-Bank	1. Januar	1	11	7	3	14	1	18
SpareBank1 SR-Bank	2. Februar	2	16	2	5	8	5	18
SpareBank1 SR-Bank	3. Mars	3	9	5	0	13	1	14
SpareBank1 SR-Bank	4. April	4	5	5	2	7	1	10
SpareBank1 SR-Bank	5. Mai	5	17	1	2	15	1	18
SpareBank1 SR-Bank	6. Juni	6	19	5	6	16	2	24
SpareBank1 SR-Bank	7. Juli	7	4	1	2	3	0	5
SpareBank1 SR-Bank	8. August	8	15	1	4	12	0	16
SpareBank1 SR-Bank	9. Septembe	9	10	1	2	9	0	11
SpareBank1 SR-Bank	10. Oktober	10	12	3	0	15	0	15
SpareBank1 SR-Bank	11. Novemb	11	15	6	5	15	1	21
SpareBank1 SR-Bank	12. Desemb	12	8	4	2	8	2	12
SpareBank1 SR-Bank	Totalt'10		141	41	33	135	14	
Statoil	1. Januar	1	57	8	11	51	3	65
Statoil	2. Februar	2	56	11	7	46	14	67
Statoil	3. Mars	3	47	8	8	43	4	55
Statoil	4. April	4	61	12	7	53	13	73
Statoil	5. Mai	5	81	3	3	62	19	84
Statoil	6. Juni	6	66	8	7	55	12	74
Statoil	7. Juli	7	65	5	4	59	7	70
Statoil	8. August	8	56	9	10	49	6	65
Statoil	9. Septembe	9	39	16	6	42	7	55
Statoil	10. Oktober	10	58	15	8	50	15	73
Statoil	11. Novemb	11	81	12	11	49	33	93
Statoil	12. Desemb	12	70	14	10	59	15	84
Statoil	Totalt'10		737	121	92	618	148	
			1346	180	164	1032	331	1527



ØKONOMI

Leder: Ellen Kongsnes. Tlf. 918 80 693. Epost: naering@aftenbladet.no

Norge har slått knockout på laksekonkurrentene

TROMSØ: Norge er nå verdensener i lakseeksport. Prisene er rekordhøye, og vi ligger an til å eksportere laks og ørret for 32,5 milliarder kroner i 2010.

Det er nesten 7 milliarder kroner mer enn i rekordåret 2009 da eksportverdien ble 25,6 milliarder kroner. Fjorårseksporten var igjen 6 milliarder kroner

høyere enn i 2008. I årets første ti måneder ble det eksportert for større verdier enn i hele fjor.

– Prisen er den viktigste årsaken til at rekordene slettes. I årets ti første måneder er gjennomsnittlig kilopris for fersk norsk laks på 37 kroner kiloen. I samme periode i fjor lå den på 31 kroner. (NTB)

Vaktskifte i SR-Bank markert i Atlantic Hall

Dressfaktoren var høy, og stettene på champagneglassene like så, da SR-Bank inviterte til avskjedsfest for konsernsjef Terje Vareberg (62) og ønsket arvtaker Arne Austreid (58) formelt velkommen i går kveld.

Toralf Sandø tekst og foto

STAVANGER: Rampelysene lyste illevarslende røde og luften var futuristisk skremmende disig av talkumstøv i Atlantic Hall i går kveld. Rundt 300 gjester fra bank, næringsliv, politikk og samfunnsniv var invitert til markeringen av vaktskiftet i SR-Bank. Tidligere statsminister i Sverige, Göran Persson, var det store trekkplasteret. Han hadde fått tre kvarter til rådighet for å fortelle om tingenes tilstand her i verden, et foredrag han tidligere på dagen hadde holdt for gjester i Sandnes Sparebank.

PÅ OPPLÆRING: Arne Austreid, som overtar sjefsjobben i SR-Bank etter Terje Vareberg ved årsskiftet, har i vel tre uker tråkket rundt i banken med sine 1100 ansatte for å lære litt om bankfaget. Austreid ledet riggselskapet Prosafe fra 1999 til i sommer. Selskapet har de siste tre årene vært utflagget til Kypros. I mai takket han ja til sjefsjobben i SR-Bank, og siden 1. november har han gått på opplæring i banken.

– Jeg har lært veldig mye om organisasjonen og fått en veldig hyggelig velkomst. De har tatt vel imot meg, helt fra styret til hver enkelt medarbeider i banken, og jeg har rukket å besøke en del kontorer, blant annet på Haugalandet, sier Austreid til Aftenbladet.

FÅTT LEILIGHET: Mens Vareberg hadde avtale om å slutte ved fylte 62 år, kan Austreid slutte når han er 64, det vil si om vel fem år. Den påtroppende sjefen kommer opprinnelig fra Kopervik, men har nå funnet seg en leilighet ikke langt fra SR-Banks hovedkontor i Bjergsted.

– Er Stavanger bedre enn Kopervik eller Larnaca på Kypros?

– Alle steder har sin egen sjarm, både Larnaca og Kopervik – og Stavanger. Vi føler oss veldig hjemme her, sier Austreid, som med «vi» mener kona og ham selv. Paret har to voksne barn.



UNDER OPPLÆRING: I vel tre uker har Arne Austreid (58), til høyre, vært på opplæring som konsernsjef i SR-Bank. Ved årsskiftet er læretiden over, og Austreid overtar etter Terje Vareberg, som fylte 62 år i oktober. Her de to i Atlantic Hall i går kveld.

SAKEN

Terje Vareberg slutter i SR-Bank etter 11 år som konsernsjef. Arne Austreid tar over ledelsen 1. januar.

INGEN REVOLUSJON: Han forsikrer at han ikke har noen planer om å flagge SR-Bank ut til Kypros, slik Prosafe gjorde.

– Det som er interessant for meg nå er å få lov å jobbe i denne regionen. Det har jeg egentlig aldri gjort. Det som er kjekt er å kunne bidra med verdiutviklingen på Vestlandet og Sørlandet. Det er det som motiverer meg og for denne jobben.

– Hva blir forskjellen på SR-Bank under Austreid fra SR-Bank under Vareberg?

– Det er ikke sikkert forskjellen blir så veldig stor. Jeg legger vekt på det verdigrunnlaget som er skapt i banken, og det skal videreføres på samme måte som Terje har gjort det. Jeg kommer til å omgi meg med de samme

medarbeiderne og den samme kulturen. Det blir fokus på lønnsomhet, på kundene og på distriktet.

«LÆRENEM»: Terje Vareberg gir Austreid attest som lærevillig elev de tre ukene de to nå har jobbet sammen.

– Det er klart han er lærenem. Han kommer fra en ekstremt konkurranseutsatt næring og en konkurranseutsatt bedrift, som han har stått i spissen for i mange, mange år. Han trenger ikke mye læring i det grunnleggende, for det har han med seg, og det vil bidra til både kontinuitet og fornyelse i banken. Arne har vært veldig rask til å ta det grunnleggende med det som er viktig i en bankorganisasjon. Jeg synes han har hatt en usedvanlig bratt læringskurve i løpet av de få dagene han har vært her.

– Har du gitt ham noen gode råd?

– Selvfølgelig har jeg det. Mest knyttet til hva jeg opplevde da jeg startet opp og det jeg opplevde

som viktig da. På en måte er det litt luksus å kunne suge inn impulser og snakke med folk uten å føle trykket av å måtte ta daglige beslutninger. Det unner jeg ham av hele mitt hjerte, for 1. januar, da blir det travelt.

MANGE TAKK: – Hva føler du selv om å slutte i banken etter 11 år?

– Tidligere i år har jeg følt på vemodet. Da styret annonserte ansettelsen av Austreid i vår, følte jeg at det var ugjenkallelig slutt. Nå føler jeg egentlig glede, og Arne kribler i bein og armer etter å ta over. Så da er tiden inne.

– Hva vil du si til alle de som er her i kveld?

– Jeg vil si som emissæren: Vi har mye å takke for. Jeg vil nok først og fremst takke kundene for tilliten de har vist oss. Jeg vil takke kollegene i banken for den fantastiske innsatsen de har gjort for å skape verdier. Og så vil jeg takke kollegene mine i Sparebank 1-alliansen, for uten den hadde SR-Bank aldri ha vært der vi er i dag. Og så vil jeg selvfølgelig

lig takke både styret og styreleder og kånå for støtten hun har gitt. Å være sjef i SR-Bank er mer enn en jobb, det er en livsform.

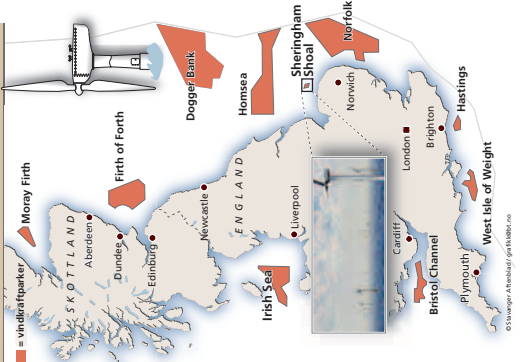
IKKE UUNNVÆRLIG: Vareberg erkjenner at banken vil leve videre også uten ham på toppen.

– Tidligere styreleder i Agro, Sigbjørn Schmidt, lærte meg noe som er viktig å huske på: Hvis du tror du er uunnværlig, stikk fingeren ned i et vannglass og trekk fingeren sakte ut. Hvis det er et hull, så er du uunnværlig. Jeg har også lagt meg på minne et stykke av Ajax, da han skrev om det å bli pensjonist. Han satt i dagevis og stirret olmt på telefonen, men det kom ingen telefon.

Arne Austreid utelukker likevel ikke at han kan komme til å slå på tråden til Vareberg.

– Jeg tror ikke jeg kommer til å spørre om hvordan vi skal løse ting, men det kan godt hende jeg tar en telefon for å holde kontakten, sier Arne Austreid til Aftenbladet.

Vindkraftparker i Storbritannia



STRØMSVÅG: Storbritannias nye Stømsvåg (til) er verdens største vindkraftparker i Storbritannia. Stømsvåg er verdens største vindkraftparker i Storbritannia.



ENGLAND: Vindkraftstøtteren ligger mellom 17 og 23 kilometer fra land. Turbinene har et totalvekt på 100 tonn og blir vindplassert i vindplassene, men fiskeene

Her starter et norsk vindeventyr

Om halvannet år står det 88 vindmøller i havet utenfor østkysten av England. Der er Statoil og Statkrafts bidrag til det britiske vindkraft-eventyret.

Einar Strømsvåg (til) er verdens største vindkraftparker i Storbritannia. Stømsvåg er verdens største vindkraftparker i Storbritannia.

Forebygging er det bare lektøren som ligger i. I havet har Statoil og Statkraft allerede startet arbeid med å bygge sine første vindmøller på britisk sektor.

Prosjektet er Storbritannias nest største offshore vindkraftprosjekt som vil levere strøm til 220.000 husstander om halvannet år.

Omfattende prosess
Der vindmøllene i havbunnen, er

se felles på nært hold. Nå merker Statoil og Statkraft en økende interesse på britisk sektor. Statoil har allerede fått tillatelse til å bygge et eller to tusen vindmøller i havet utenfor Storbritannia. Isensens mål er å bygge et eller to tusen vindmøller i havet utenfor Storbritannia. Isensens mål er å bygge et eller to tusen vindmøller i havet utenfor Storbritannia.

Mer kraft i vente
Lenger fremme venter indreffe på britisk sokkel, nemlig Doggerbank, der det kan bli snakk om å bygge et eller to tusen vindmøller i havet utenfor Storbritannia. Isensens mål er å bygge et eller to tusen vindmøller i havet utenfor Storbritannia.

De må kostnadene kurtet med 30 prosent sammenlignet med kostnadene på Sheringham Shoal. For å bli konkurransedyktig mot de andre vindkraftparkerne i havet utenfor Storbritannia, må Statoil og Statkraft redusere kostnadene til 20 prosent av de nåværende kostnadene.

Når Sheringham Shoal vindkraftpark står ferdig i 2012 vil den produsere 1,2 TWh energi per år. Dette er en økning på 20 prosent sammenlignet med de nåværende kostnadene på Sheringham Shoal.

Den største vindproduzenten så langt er Statoil i 2 og 1. Møre og Romsdal som kom i gang med Statoil i 2007. De siste vindkraftverkene som er i drift er på Bessakerfjellet i Røan i Sør-Trøndelag. Det drif-

te prosjektet har fått konsesjon for 20 vindkraftparker i havet utenfor Storbritannia. De siste vindkraftverkene som er i drift er på Bessakerfjellet i Røan i Sør-Trøndelag. Det drif-

de, men fra første runde er bare én av 18 isensens bygger ut. Store vindkraftparker i havet utenfor Storbritannia. Isensens mål er å bygge et eller to tusen vindmøller i havet utenfor Storbritannia.

Største enkeltaktør, målt etter antall prosjekter som enten er med, søkt om eller har fått konsesjon, er Fred Olsen Renewables AS. Med til sammen 12 vindkraftparker i havet utenfor Storbritannia. Isensens mål er å bygge et eller to tusen vindmøller i havet utenfor Storbritannia.

Den største vindproduzenten så langt er Statoil i 2 og 1. Møre og Romsdal som kom i gang med Statoil i 2007. De siste vindkraftverkene som er i drift er på Bessakerfjellet i Røan i Sør-Trøndelag. Det drif-

de, men fra første runde er bare én av 18 isensens bygger ut. Store vindkraftparker i havet utenfor Storbritannia. Isensens mål er å bygge et eller to tusen vindmøller i havet utenfor Storbritannia.

Største enkeltaktør, målt etter antall prosjekter som enten er med, søkt om eller har fått konsesjon, er Fred Olsen Renewables AS. Med til sammen 12 vindkraftparker i havet utenfor Storbritannia. Isensens mål er å bygge et eller to tusen vindmøller i havet utenfor Storbritannia.

Den største vindproduzenten så langt er Statoil i 2 og 1. Møre og Romsdal som kom i gang med Statoil i 2007. De siste vindkraftverkene som er i drift er på Bessakerfjellet i Røan i Sør-Trøndelag. Det drif-

Omdømmerisiko og media - Betydningen av en bedrifts omdømme for medieomtale.



FOTO: REUTERS/STEVE GRANITZ/REUTERS

Streik rammer britisk flyselskap
LONDON: Kabinpersonalet i flyselskapet British Airways (BA) innledet går en ny femdagersstreik, to dager etter at den tidligere streiken gikk ut. Streiken rammer flyene som flyr mellom London og andre destinasjoner i Europa. Streiken rammer også andre destinasjoner i Europa. Streiken rammer også andre destinasjoner i Europa.

Obama utnevner ny etterretningssjef

WASHINGTON: President Barack Obama har valgt den tidligere generalen James Clapper til ny nasjonal etterretningssjef. Clapper, som idag er vedførselsminister i Obama-administrasjonen, har etterretningssjefens oppgaver i et tidligere kabinett. Han skal overta etter Dennis Blair, som trakk seg fra stillingen i forrige måned etter en serie spørsmål om hans rolle i etterretningssjefens arbeid.



FOTO: REUTERS, DEPARTMENT OF DEFENSE/REUTERS

Bortførte funnet drept på Filippinene

ZAMBANGA: Tre menn som bortført av Abu Sayyaf-organisasjonen på Filippinene, er funnet drept. Opplysningsbyrået i Mindanao har funnet de tre mennene på en øy utenfor en østlig del av Mindanao. De tre mennene ble drept av Abu Sayyaf-organisasjonen på Filippinene.

Politiker drept i Nord-Irak

MOSUL: Et parlamentsmedlem fra irakiske parti ble drept i en bombeangrep i Mosul i Nord-Irak. Angrepet skjedde i forbindelse med parlamentsvalget i Irak. Angrepet skjedde i forbindelse med parlamentsvalget i Irak.



REKABUDE: Landskapsarkitektene i Reykjavík har fått konsesjon for å bygge et eller to tusen vindmøller i havet utenfor Island. De siste vindkraftverkene som er i drift er på Bessakerfjellet i Røan i Sør-Trøndelag. Det drif-



FORNØYD: Vidar Torsøe (t.h.) og Tore Medhus i Sparebank 1 SR-Bank hadde lite å klage på da banken presenterte et overskudd før skatt på over 800 millioner kroner for første halvår i år.

Boliglån løfter SR-Bank

SR-Bank kan sende en takk til boligkjøpere. Sterk utlånsvekst i personkundermarkedet og høye inntekter i Eiendomsmeidler 1 SR-Bank er en viktig årsak til et rekordstort halvårsresultat på 814 millioner kroner.

Toralf Sandø tekst og foto

STAVANGER: Selv ikke i gullårene før finanskrisen har SR-Bank levert et like godt halvårsregnskap.

– Vi hadde et veldig godt første halvår, slår Vidar Torsøe fast. Torsøe er direktør for investorrelasjoner i banken. Sammen med konserndirektør Tore Medhus for bedriftsmarkedet og konserndirektør Rolf Aarsheim for personmarkedet, presenterte han i går regnskap for første halvår og andre kvartal i år.

ØKER ANDELER: En kombinasjon av økte markedsandeler og betalingsvillige boliglånskunder ga banken en vekst i utlån på personmarkedet på vel 12 prosent i ettårsperioden som løp frem til utgangen av juni i år.

– Utlånsveksten i personmarkedet er omtrent det dobbelte av landsgjennomsnittet, slår Torsøe fast.

Ved utgangen av juni hadde personkundene i SR-Bank lån for til sammen 75 milliarder kroner inkludert lån som er gitt via Sparebank1 Boligkreditt. Inntekt på

Sparebank 1 SR-Bank			
Halvårsregnskap (tall i mill. kr.)	1. h. år 2010	1. h. år 2009	% endring
Resultat før skatt	814	490	66
Avkastning på egenkapital	15,6 %	12,6 %	21
Tap på utlån	120	209	-43
Rentemargin	1,38 %	1,22 %	13

Sparebank 1 SR-Bank			
Kvartalsregnskap (tall i mill. kr.)	2. kv. 2010	2. kv. 2009	% endring
Resultat før skatt	419	378	11
Avkastning på egenkapital	16,6 %	19,9 %	-17
Utlån (inkl. boligkreditt)	122,4 mrd.	115,5 mrd.	6
Tap på utlån	51	77	-34
Innskudd	56,1 mrd.	54,4 mrd.	3
Forvaltningskapital	128,7 mrd.	125,4 mrd.	3
Rentemargin	1,34 %	1,31 %	2

lån til personkunder bidro med 414 millioner kroner av bankens samlede inntekter på nesten 1,7 milliarder kroner, eller hver fjerde krone som triller inn i banken.

MEGLERMILLIONER: Men det er ikke bare her banken tjener på boligkjøperne. Eiendomsmeidler 1 SR-Bank, som banken eier, bidro med provisjonsinntekter på 177 millioner. Boligsalg sto dermed for hver tredje krone banken kunne bokføre på posten «netto provisjons- og andre inntekter», som samlet utgjorde 554 millioner for første halvår.

Tore Medhus med ansvaret for bedriftsmarkedet hadde tilsynelatende ikke samme grunn til å smile som Torsøe og Aarsheim. For tredje kvartal på rad var det

fall i utlån til næringslivet. Andre kvartal falt utlånsvolumet med 2,7 prosent målt mot utlånsmassen for ett år tilbake. Men:

GRØNN SPIRE? – Juni var første måned med vekst i utlån i bedriftsmarkedet. Det er en grønn spire, men vi er ikke tilbake til utviklingen før 2008, sier Medhus, som tross antydning til vekst mot slutten av første halvår ikke tror på at utlånsveksten til næringslivet vil ta av utover høsten.

Banken bokførte 120 millioner i tap på utlån og garantier i første halvår. Det er vel 0,1 prosent av bankens samlede utlån og på linje med tapstallene DnB Nor la frem i begynnelsen av juli. Tap i denne størrelsen regnes som svært liten. Tap på 4 millioner ble

tatt i personkundermarkedet, mens 116 millioner ble bokført som tap i bedriftsmarkedet.

LYSE UTSIKTER: Vidar Torsøe tror ikke at årsresultatet for 2010 vil bli en dobling av halvårsresultatet. Det skyldes blant annet at banken første halvår tjente 96 millioner kroner på salg av to selskap som har hatt eiendeler i bankenes betalingssystem i Norge.

– Det er for tidlig å si noe om årsresultatet nå, men vi forventer et godt 2010 sett under ett, sier Torsøe.

Banken ser lyst på fremtiden. En bedring i verdensøkonomien, vekst i norsk økonomi og høy aktivitet i bankens markedsområde, ikke minst med fortsatt høye oljeinvesteringer, er forklaringen på optimismen. Boliglånskundene kan imidlertid risikere å betale litt mer for lånene sine.

RENTEN LITT OPP? – De fleste bankene satte opp rentene med 0,25 prosentpoeng i juni. De fleste observatører tror på en uendret rente fra Norges Bank ut året. Men vi kan ikke utelukke at boliglånsrenten vil øke i løpet av høsten, sier Torsøe.

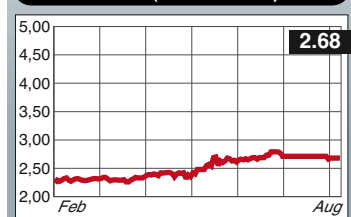
– Vi må tilpasse oss konkurransen i markedet og innlånskostnadene våre, legger Tore Medhus til.

I går besluttet Norges Bank å holde styringsrenten uendret på 2 prosent. Tre måneders pengekamrater falt samtidig 1,5 prosent til 2,63 prosent. Tre månedersrenten danner gulvet for innlån som bankene henter i markedet.

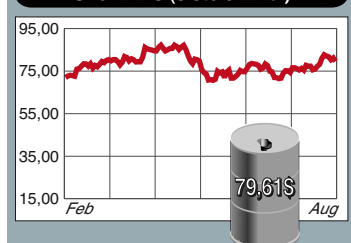
VALUTAKURSER

Australske dollar	AUD	5,53	5,46
Danske kr.	DKK	106,93	106,01
Euro	EUR	7,97	7,90
Jap. yen	JPY	7,21	6,98
Kan. dollar	CAD	5,90	5,81
Br. pund	GBP	9,62	9,46
Sveit. francs	CHF	581,71	568,41
Svenske kr.	SEK	84,04	84,00
US dollar	USD	6,12	6,01

RENTE (Nibor 3 mnd.)

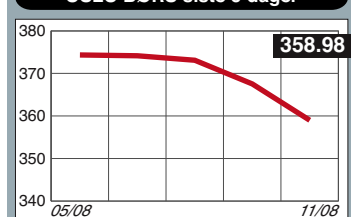


OLJEPRIS (siste 6 mnd.)



Børs

OSLO BØRS siste 5 dager



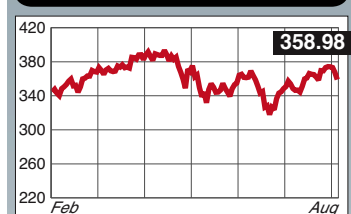
VINNERE i går

Reservoir Exploration	33,33%
InterOil Exploration a.	11,11%
Bergen Group	6,58%
Sparebanken Øst	6,06%
Kverneland	5,38%

TAPERE i går

Norse Energy Corp TR	-21,43%
Teco Maritime	-9,70%
IGE Resources	-9,38%
Norse Energy Corp.	-8,67%
Goodtech	-8,50%

OSLO BØRS siste 6 mnd.



INTERNASJONALE BØRSE

Dow Jones (US)	10644,25	(-0,51%)	↓
Nasdaq (US)	2277,17	(-1,24%)	↓
FTSE 100 (UK)	5376,41	(-0,63%)	↓
Dax (DE)	6286,25	(-1,02%)	↓
Nikkei 225 (JP)	9292,85	(-2,70%)	↓

ROGALANDSBØRSEN

Selskap	Oms.	siste	Markedsv.
Acta Holding	2,10		540,81
AKVA Group	-		306,57
Bjorge	-		417,25
Comrod Comm.	12,95		253,14
Klepp Spb	-		74,28
Kverneland	4,11		634,21
Noreco	12,65		3074,43
Sandnes Spb	97,50		692,82
Scana Ind.	7,65		1271,74
Seadrill	139,60		57468,69
Solstad Offsh.	114,00		4284,87
Solvang	-		471,29
SpB 1 SR-Bank	50,50		6103,40
Statoil	123,10		391823,53
Tide	-		654,23

©NT/BOBI/Reuters

STATOIL: Utbyggingen av Blokk 17 på CLOV-prosjektet i Angola, der Statoil har en betydelig eierandel, er godkjent av partnerskapet. Angola sto for over 30 prosent av Statoils internasjonale produksjon i 2009. Totalt har Statoil eierinteresser på mellom 5 og 50 prosent i seks ulike blokker i Angola.



BP gjør milliardoppkjøp

 Dagens Næringsliv Morgen - 28.04.2010 - Side: 22

Forfatter: ASGAUT NÆSS, STAVANGER

Operatørselskapet BP Norge betaler 991 millioner dollar for å kjøpe Totals eierandeler i olje- og gassfeltene Valhall og Hod sørøst i Nordsjøen. BP mener spesielt Valhall har potensial for økt utvinning med flere titalls millioner fat.

I avtalen som BP Norge har inngått med Total E&P Norge as fremgår det at prisen for å overta Totals eierandeler på 15,7 prosent i Valhall og 25 prosent i Hod er 991 millioner dollar (5,8 milliarder kroner). Oppgjøret skal skje i form av kontanter.

Avtalen skal gjelde fra 1. januar 2010 og innebærer at BP øker sine eierandeler til 43,8 prosent i Valhall og 50 prosent i Hod, gitt at myndighetene og de øvrige lisenspartnerne Enterprise Oil Norge og Hess Norge godkjenner den.

- Vi har vært operatør på Valhall og Hod fra dag en og har stor tro på disse feltene. Vi ser store muligheter for å øke utvinningen, sier Olav Fjellså, kommunikasjonsdirektør i BP Norge.

Fjellså viser til at det er tilstedeværende olje og gass tilsvarende over tre milliarder fat i Valhall og Hod.

Mesteparten av dette er i Valhall, hvor utvinningsgraden er cirka 25 prosent i dag.

- Ved å ta i bruk ny teknologi tror vi at dette skal kunne økes til over 50 prosent på sikt. For hver prosent vi øker kan vi hente ut 30 millioner fat ekstra. Det tilsvarer et mellomstort funn på norsk sokkel i dag, sier Fjellså.

Han viser til at ti prosent økt utvinning vil tilsvare nærmere 15 milliarder kroner i økte bruttoinntekter med dagens oljepriser og dollarkurs.

BP Norge er i ferd med å investere flere titalls milliarder kroner i nytt feltcenter og andre oppgraderinger på Valhall. I løpet av de neste fem årene planlegger BP å investere 2,5 til tre milliarder dollar netto i Norge, eksklusivt avtalen med Total om å kjøpe deres eierandeler på Valhall og Hod.

Total kaller salget av selskapets andeler i Valhall og Hod for en optimalisering av porteføljen.

© Dagens Næringsliv

● Statoil-ansatte frykter for sikkerheten ● Svikende tillit til ledelsen ● Mener milliarder går tapt

OPPRØR mot Helge Lund

Det er opprør i Statoil, og en betydelig tilitskrise mellom ansatte og ledelse. Store grupper ansatte vil ha konsernsjef Helge Lund fjernet fra stillingen.

BRÅK I STATOIL

Et stort opprør i Statoil har nå fått navnet «Bråk i Statoil».

BERGEN (Dagbladet) I går var konsernsjef Helge Lund i London for å møte med ansatte i Statoil. Han har vært i Norge i forbindelse med en rekke møter med ansatte i Statoil. Han har vært i Norge i forbindelse med en rekke møter med ansatte i Statoil.

Et stort opprør i Statoil har nå fått navnet «Bråk i Statoil». Det er et stort opprør i Statoil, og en betydelig tilitskrise mellom ansatte og ledelse. Store grupper ansatte vil ha konsernsjef Helge Lund fjernet fra stillingen.

Et stort opprør i Statoil har nå fått navnet «Bråk i Statoil». Det er et stort opprør i Statoil, og en betydelig tilitskrise mellom ansatte og ledelse. Store grupper ansatte vil ha konsernsjef Helge Lund fjernet fra stillingen.

Et stort opprør i Statoil har nå fått navnet «Bråk i Statoil». Det er et stort opprør i Statoil, og en betydelig tilitskrise mellom ansatte og ledelse. Store grupper ansatte vil ha konsernsjef Helge Lund fjernet fra stillingen.

trekker meg fra dette omstillingsarbeidet med ledelsen. Vi mener at det meste er bestemt på forhånd, og foreningene blir i går løst opp, sier Teige.

Han viser ellers til erfaringene for de mange tusen arbeidere på installasjonene til havs. Ansatte og ledelse må ha en felles kultur og en felles retning for å gjøre det til en jobb på grunn av dårlig vedlikehold av installasjonene over lang tid.

Hovedarbeidene i Statoil har i alle år utført sine verv på heltid ved de store produksjonsplattformene i Nordsjøen. Det samme har vært tilfelle ved anlegg og utrustning i andre områder, og det har vært en konsekvens av den store omstillingen som har fått navnet «Bråk i Statoil».

Et stort opprør i Statoil har nå fått navnet «Bråk i Statoil». Det er et stort opprør i Statoil, og en betydelig tilitskrise mellom ansatte og ledelse. Store grupper ansatte vil ha konsernsjef Helge Lund fjernet fra stillingen.

Et stort opprør i Statoil har nå fått navnet «Bråk i Statoil». Det er et stort opprør i Statoil, og en betydelig tilitskrise mellom ansatte og ledelse. Store grupper ansatte vil ha konsernsjef Helge Lund fjernet fra stillingen.

kehold av sikkerhetskritisk utstyr for noen måneder siden. Etter at ansatte trakk seg fra dette, er det blitt iverksatt overvåking og i stor omfang.

Milliardtap Helge Lund har ansvar for at Statoil har tapet milliarder på norsk sokkel på grunn av sikkerhetsproblemer. Det har det siste året ligget i et gjennomsnitt på under 85 prosent, selskapets mål er 89 prosent på kort sikt, og 92 prosent på lengre sikt. – Vi har regnet ut mer i salgsinntekter på olje og gass i året på grunn av lav effektivitet. Det har kommet som følge av bemanningsskutt, omorganiseringer, flytting av mange ansatte til andre plattformer og på grunn av dårlig vedlikehold har skapt uforutsigbare hendelser. Et eksempel er strømmen som gikk ut på plattformene i 2008, som førte til at Statoil måtte stenge ned produksjonen på flere plattformer i Nordsjøen.

Etter vår mening har han foretatt flere dårlige valg som har gjort Statoil til et lite selskap.

Et stort opprør i Statoil har nå fått navnet «Bråk i Statoil». Det er et stort opprør i Statoil, og en betydelig tilitskrise mellom ansatte og ledelse. Store grupper ansatte vil ha konsernsjef Helge Lund fjernet fra stillingen.

Et stort opprør i Statoil har nå fått navnet «Bråk i Statoil». Det er et stort opprør i Statoil, og en betydelig tilitskrise mellom ansatte og ledelse. Store grupper ansatte vil ha konsernsjef Helge Lund fjernet fra stillingen.

>>> Kritisk internrapport

Et stort opprør i Statoil har nå fått navnet «Bråk i Statoil». Det er et stort opprør i Statoil, og en betydelig tilitskrise mellom ansatte og ledelse. Store grupper ansatte vil ha konsernsjef Helge Lund fjernet fra stillingen.



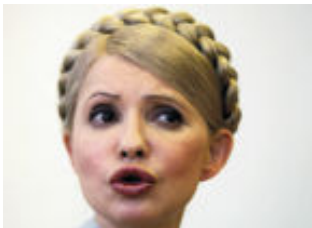
RAMSAIT KRITIKK: Konsernsjef Helge Lund må tåle ramtsalt kritikk fra ansatte for redusert sikkerhet på plattformene i Nordsjøen. Foto: Mats Rønning/Scanpix

En søt og litt skummel nyhet!



Piano gelé med bringebærsmak. Nå har vi nettopp lansert en helt ny Piano-gelé med bringebærsmak. Nam nami! Gelen er knall rosa og passer superdupert i barneburdager. Den er selvfølgelig serveringsklar, og kan nytes som den er. Det blir gøy når du tar det Piano!





Julia Timosjenko
Foto: REUTERS/SCANPIX

UKRAINA

Etterforskes for klimasvindel

Ukrainas tidligere statsminister Julia Timosjenko vil bli etterforsket for «misbruk» av inntekter på 1,7 milliarder kroner fra salg av klimavoter. Det opplyste påtalemyndigheten i Ukraina i går. Saken gjelder bruk av inntekter over statsbudsjettet fra salg av klimavoter i 2009, og Timosjenko etterforskes for brudd på budsjettloven og for maktmisbruk. Inntekter på 1,7 milliarder kroner fra kvotesalg kan ifølge påtalemyndigheten ha blitt misbrukt av regjeringen og finansdepartementet, noe som har hatt «alvorlige konsekvenser» for Ukrainas nasjonale interesser.

Klarer ikke stanse oljeutslipp

NEW ORLEANS: USA jobber på spreng for å redde kystlinjen fra oljeutslippet i Mexicogolfen. Men oljen strømmer fortsatt ut i havet fra den havarte oljeplattformen Deepwater Horizon.

– Dette kan bli en svært alvorlig sak, sier Thad Allen i den amerikanske kystvakten.

Myndigheter og oljeselskap jobber på spreng for å unngå en omfattende naturkatastrofe, men oljeutslippet vokser og truer sårbare kystområder og fiskerinæringen i både Louisiana, Mississippi og Alabama i USA.

Deepwater Horizon eies av selskapet Transocean og var utleid til den britiske oljegiganten BP da ulykken skjedde forrige uke.

Prøver å stanse

Amerikanske myndigheter har

nå godkjent at det skal gjennomføres en kontrollert brenning av oljeflak.

BPs forsøk på å stenge lekkasjen i et forbindelsesrør har nemlig ikke lyktes. Selskapet jobber i tillegg med å bygge en gigantisk kuppel som kan plasseres over utslippet. BP håper dette kan stanse spredningen, men det er første gang et slikt prosjekt blir testet.

Samtidig må det bores en ny brønn inn i den gamle for å stanse utslippene permanent, og dette arbeidet kan ta måneder.

– Jeg sier det som det er: BPs forsøk på å stanse utslippene har ikke lyktes, sa kontreadmiral Mary Landry tirsdag. Han leder den amerikanske kystvaktens forsøk på å holde utslippene fra Deepwater Horizon under kontroll.

Sank etter eksplosjon

Plattformen sank torsdag i forrige uke, to dager etter at det brøt ut brann som følge av en eksplosjon om bord. Elleve oljearbeidere omkom i ulykken.



Truer miljøet: Amerikanske myndigheter setter inn store ressurser for å hindre at oljeutslippet fra plattformen Deepwater Horizon når land og skader miljø og fiskerinæringen.

Foto: REUTERS/SCANPIX

160 000 liter råolje lekker nå daglig fra oljebrønnen på 1500 meters dyp, 64 kilometer sør for utløpet av elva Mississippi.

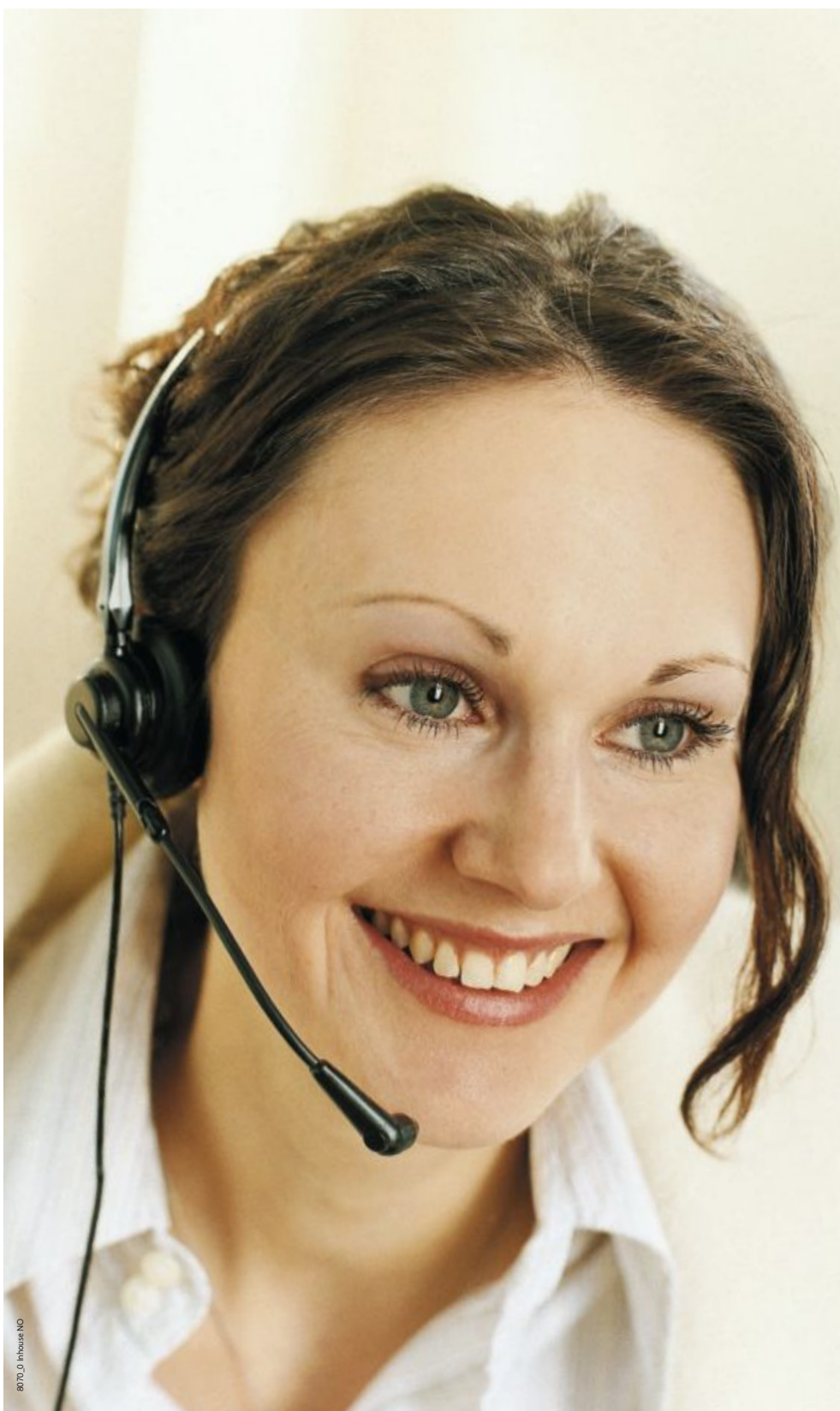
Et gigantisk oljeflak som er større enn delstaten West Virginia ligger 33 kilometer fra kysten.

Ifølge meteorologene kan det

ventes pålandsvind de neste dagene, og oljeflaket kan derfor nå den økologisk sårbare kysten alt til helgen.

Frykten er at det skal gå uker og måneder før lekkasjen fra oljebrønnen i Mexicogolfen er tettet.

©NTB



Kan vi hjelpe deg med forsikringene dine?

Hos oss får du alle typer forsikringer – både privat og bedrift. Som medlem av assurandør.no setter vi personlig rådgivning og profesjonell betjening i fokus. Med vår lange erfaring og lokalkunnskap kan vi hjelpe deg å finne gode løsninger som dekker dine behov og gir deg trygghet.

Ring oss eller stikk innom vårt kontor.

Telefon: 73 85 09 20
Adresse: Rådhusvn. 19
7100 Rissa

Telefon: 73 80 93 00
Adresse: Kvenildmyra 5
7072 Heimdal

www.uniassuranse.no

UNI assurance
medlem av assurandør.no

