

Reputatie aan diggelen

door Edwin van der Schoot

AMSTERDAM • De zorgvuldig opgebouwde reputatie van het moderne, digitale ING ligt aan diggelen. 'De geest van de Postbank is definitief ten grave gedragen,' constateert reputatiestrateg Paul Stamsnijder.

De dagen kort voor en na het uitbreken van de kredietcrisis, waarin de populaire topman Michel Tilman zijn stempel drukte op ING, lijken weer helemaal terug. Door destijds te dreigen het hoofdkantoor naar het buitenland te verplaatsen, zijn ergernis te tonen over de beloningsdiscussie in Nederland en door een forse salarisverhoging die met name ING-commissaris Wim Kok op felle kritiek kwam

te staan, verspeelde de Belg zoveel krediet dat Wouter Bos maar wat blij was dat Jan Hommen het roer in 2009 wilde overnemen.

ING had op dat moment €10 miljard staatssteun ontvangen. Die zou de bank uiteindelijk tot op de laatste cent inclusief €3,5 miljard rente terugbetalen in november 2014. Hommen was op dat moment al weer afgelost door Ralph Hamers, voor het grote publiek een onbekende die het prima deed als bankier met ongeschonden blazen van een

Vanwaar die salarisverhoging?

nieuwe generatie.

Reputatieadviseur Paul Stamsnijder: „De bank gaf betekenis aan het hankieren nieuwe stijl: met een heldere app, een moderne tone of voice en aansprekende campagnes. De harde prestaties zijn prachtig. Des te groter is de verwondering op dit moment over de witswastwestie.”

Stamsnijder verwijst ook naar de ophef over de voorgestelde salarisverhoging van de top van de bank. „Met de kennis van nu is het toch raadselachtig dat ING zes

maanden geleden voorstelde om Hamers' beloning met 50 procent te verhogen.”

Het populaire merk Postbank, inclusief 2500 medewerkers ruimde tussen 2007 en 2009 het veld. ING was in 1991 ontstaan als fusie van de in de jaren '80 gepri-vatiseerde Postbank, verzekeraar Nationale Nederlanden en Nederlandse Mid-denstands Bank, bekend van de leus 'De NMB denkt met u mee'.

Stamsnijder: „ING heeft nog lang geroepen dat het merk staat voor de waarden die ooit golden voor Postbank. Merkwaarden als 'gewoon', 'dichtbij', 'menselijk' en 'van iedereen'. ING heeft er alles aan gedaan om de

Postbankwaarden uit te dragen, waarbij de menselijke maat voorop stond. Ik denk dat ING die claim nu niet meer durft te leggen. De oude giroblauwe leeuw draait zich om in z'n graf.”

De immateriële schade op korte termijn is te overzien. Triodos en ASN kregen beide in maart, de

maand van de salarisrel, zo'n 10.000 nieuwe klanten.

„Mensen blijven in de regel bij hun bank. Niks geen bankrun, voor het brede publiek is het onderscheidend vermogen van banken minimaal. En is er bij de één een

Postbank was een ijersterk merk. ING is dat momenteel niet, zeggen deskundigen.

probleem, dan kun je niet aannemen dat het volgend jaar niet bij een ander gebeurt. Financiële dienstverlening, bankieren in het bijzonder, is een *low interest product* geworden. Er is dus wel verontwaardiging op verjaardagsfeestjes en bij de koffieautomaat, maar verder gaat dit voorbij als een schim in de nacht”, erkent Stamsnijder.

„De schade op langere termijn is groter. Allereerst het besef onder een jongere generatie: 'Waarom zou ik nog bij een bank gaan werken?' Misschien is ING als consumentenmerk hier amper mee geschaad, maar iets anders geldt voor het werkgeversmerk: sollicitanten willen dat een merk staat voor een hoger doel, en niet voor gedoe. En ten tweede: ik geef je op een briefje dat binnen de bestuurskamers van AFM, DNB en NVB het laatste

woord hierover nog niet is gezegd. En ten derde zal het OM de speurtocht naar fraude doorzetten.

Dit ontardt in een heksenjacht. Er komen ongetwijfeld nog andere gebreken aan het licht.”

Een meevaller voor ING was het besluit van de Amerikaanse toezichthouder SEC om ING in de VS verder niet te vermelden.

SEC laat ING in VS met rust