

65 år med Gallup i Danmark #2

I en tidligere artikel så vi tilbage på starten og på de turbulente år under 2. verdenskrig, hvor man nøje skulle overveje, hvilke meninger, der var egnet til offentliggørelse. Og vi fortalte om den begyndende velstandsperiode, hvor det moderne Gallup udvikles i takt med mærkevarernes, reklamens og mediernes fremmarch. Her følger resten af historien.

Modernisering og vækst

René Spogárd

I slutningen af 1980'erne er Gallup en veletableret virksomhed. Måske mere etableret end godt er. I 1987 får piben imidlertid en anden lyd, da den unge managementkonsulent René Spogárd, 33 år, overtager ejerskabet og ledelsen af Gallup. Det bliver indledningen til en moderniserings- og vækstperiode uden lige.

René Spogárd



Fra allround til opdeling

Gallup var - og er fortsat - et allround institut. Men den gang betød allround, at *alle lavede alting*. Den struktur får René Spogárd gjort en ende på med opdelingen i afdelinger for konsument- og mediaundersøgelser, undersøgelser for det offentlige og for opmåling af virksomhedernes reklameforbrug.

Op med kvaliteten

1990'erne er den mest markante vækstperiode i Gallups historie. Omsætningen bliver mere end firedoblet, men det sker ikke på bekostning af kvaliteten. Tværtimod. I 1998 bliver Gallup ISO certificeret som det første - og fortsat eneste - danske analyseinstitut.

Pladsmangel

Den kraftige vækst gør, at pladsen hurtigt bliver for trang i Gallups domicil, en gammel patriciervilla i Hellerup. Gallup flytter i 1991 til PFA's ejendom i Nordhavnen og i 2000 til sin nuværende adresse i Masnedøgade på Østerbro i en moderniseret 3-fløjet ejendom.



Index Danmark

Det Media Index, som Gallup har produceret under forskellige former i mere end 40 år, får samtidig en kraftig fornyelse. I samarbejde med en række store reklamebureauer lanceres en helt ny type index, DRBindex, der udkommer elektronisk som et altomfattende informationssystem til styring af kommunikation.

Efter nogle år udvides samarbejdet til at omfatte bladudgiverne. I 1996 etableres IndexDanmark/Gallup, som det kendes i dag.

Måling af digitale medier

I 1990'erne har Gallup stigende fokus på måling af digitale medier. Den 1. januar 1992 er der premiere på den første elektroniske tv-måling herhjemme, Gallup TV Meter. I 1997 lancerer Gallup Radio Index i samarbejde med Danmarks Radio og de nyeste skud på mediastammen, de kommercielle radioer og lokalradioerne.

Kronen på værket kommer i år 2000. Internettet er for alvor blevet et medie i danskernes hverdag. Gallup etablerer en browserbaseret, elektronisk måling af internettet i samarbejde med Foreningen af Danske Internetmedier (FDIM).



Valuta og spending

Gallup leverer nu *valutaen* - de læsertal, seertal og lyttertal, som mediabureauerne anvender i mediaplanlægningen - for en bred vifte af medier.

Samtidig giver Gallup overblik over spendingen i medierne via detaljeret kortlægning af al reklameaktivitet i dagblade, magasiner, fagblade, tv, radio, outdoor, biograf og - sidenhen - tilbudsaviser.

Internationalt samarbejde

Fra de allerførste år var Gallup medlem af Gallup International, GIA en frivillig kæde af Gallupinstitutter i en snes lande. Men med George Gallups død i 1984 bliver der sat punktum for det uforpligtende, frivillige samarbejde. De store kæder inden for informations- og analysebranchen tager over, og det globale samarbejde får en kraftig saltvandsindsprøjtning.

Ud over stepperne

Et af de tidligste resultater af de grænseoverskridende aktiviteter, er Gallups opgaver i Rusland i årene 1990-92. EU tildeler Gallup et stort projekt som et led i EU's støtte til udvikling af markedsøkonomi i Rusland.

I tre år er adskillige af Gallups medarbejdere optaget af intensivt arbejde med uddannelse, træning og implementering af ny teknik og analysemetoder i Rusland.



Projektet er en stor succes, og de russere, der modtager uddannelse af Gallup, er i dag ledere af veldrevne analyseinstitutter i Rusland.

Opkøb - og tilbagekøb

Under det lange og komplicerede forarbejde med at skabe det danske TV-Meter arbejder Gallup tæt sammen med det engelske AGB, der er førende på området. Samarbejdet medfører, at AGB i 1990 overtager en del af aktierne i Gallup.

Det bliver til en periode præget af international professionalisme. Men også tumult. Halvandet år senere ender det hele i et storladent kollaps. AGB er ejet af mediamogulen Robert Maxwell, der under mystiske omstændigheder omkommer, og efterlader sig en finansskandale af dimensioner.

Størst i verden

René Spogård køber den danske del tilbage, men bevarer de gode relationer til de engelske samarbejdspartnere, der nu er en del af Taylor Nelson koncernen.

I 1997 køber Taylor Nelson alle aktierne i Gallup og fusionerer med Sofres koncernen senere samme år og siden med NFO i 2003. Herefter er TNS, som er koncernens nye navn, verdens største leverandør af specialundersøgelser med 14.000 ansatte og kontorer i 70 lande.



For Gallup betyder det adgang til en

række nye værktøjer og måleredskaber af meget høj standard.

Fra information til viden

Henrik Hansen

I 2003 ændres ledelsesstrukturen.

Henrik Hansen tiltræder som ny adm. direktør, assisteret af et ledelsesteam bestående af direktørerne Pernille Fabricius, Keld Nielsen og Morten Kromann-Larsen.

Henrik Hansen startede i Gallup som studentermedhjælper i 1995. I første omgang for at hjælpe til med at udvikle livsstilssegmenteringen Gallup Kompas.

Rollen udvikler sig efterhånden til en stilling som underdirektør. Seks år senere tager han en kort afstikker til ACNielsen AIM, hvor han bliver nordisk direktør.

Trods sin unge alder, 33 år, er det en erfaren leder, der kender sit fag helt fra bunden, som i 2003 kommer tilbage til TNS Gallup for at stå i spidsen for de mere end 125 ansatte.

Henrik Hansen



Business solutions

Nu er det konsumentundersøgelser til mærkevare- og servicevirksomheder, der er i fokus, og her er Henrik Hansen på hjemmebane.

Gallup introducerer nogle af markedets stærkeste researchredskaber – Business Solutions - som er til rådighed, fordi Gallup er en del af en af verdens førende kæder.

Mange af redskaberne passer fremragende til det nye internetpanel, G@llupForum, der lanceres i 2002.

Danske opfindelser

Men udviklingen i Gallup kommer ikke kun udefra. Et godt eksempel på en danskudviklet løsning er Gallup Telekom Index, der bliver skabt allerede i 2000, og som udvikler sig til at være et

omfattende målesystem, der i dag servicerer en række teleselskaber.

Globale meningsmålinger

Public-afdelingen løser flere og flere opgaver for organisationer, styrelser og medier, bl.a. politiske barometre, valg- og holdningsundersøgelser og Ugens Gallup for Berlingske Tidende.

Men også uden for landets grænser kommer der flere opgaver. I samarbejde med Gallup International gennem-føres i 1999 sammen med 60 andre lande "Gallup International Millenium Survey for FN, og i 2004 indgår TNS aftale med EU om udarbejdelse af Eurobarometeret - verdens største undersøgelse af sin art.

Fra information til viden

TNS Gallup har i dag som *målsætning* at levere viden til brug for de beslutninger, der skal træffes i morgen. At omdanne information til viden har - trods forskellig fokus gennem de 65 år siden etableringen i 1939 - været en fast *ledetråd* for Gallups undersøgelser og for rådgivningen af Gallups kunder gennem alle årene. Det vil den fortsat være i fremtiden.