



# ORVESTO Näringsliv 2019

# Sveriges största undersökning av det yrkesverksamma Sverige är nu lanserad

ORVESTO Näringsliv är Kantar Sifos stora målgrupps- och medieundersökning av det arbetande Sverige. Undersökningen som beskriver den yrkesarbetande svensken är en stor informationskälla som kan användas för att analysera målgrupper inom affärlivet.

## Svenskarna är nöjda med sitt jobb, men kommer de att stanna kvar?

ORVESTO Näringsliv täcker många av de aspekter som har med yrkeslivet att göra, och självklart frågar vi också om hur nöjd man är med sitt jobb.

Åtta av tio svarar att de är ganska eller mycket nöjda, och så få som 1,4 % uppger att de är mycket missnöjda! Det finns naturligtvis skillnader, exempelvis mellan olika branscher: de med den högsta andelen missnöjda är hotell- och restaurangbranschen, handeln och samhällsservice. De nöjdaste branscherna är energi-/värme-/vattenförsörjning, byggbranschen samt fastighetsverksamhet.

Vi började mäta nöjdheten redan 2015, och det är glädjande att se den positiva utvecklingen: det är inte bara andelen som är nöjda med sitt jobb som har ökat konstant, sakta men säkert, utan även andel missnöjda har sjunkit med samma takt.

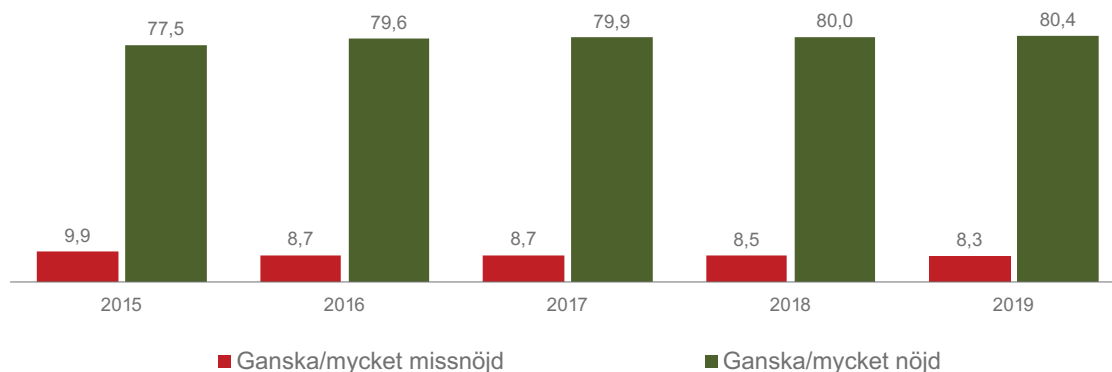
Men räcker det med att vara nöjd med sitt jobb för att stanna kvar där man är idag? I ORVESTO Näringsliv frågar vi även om chanserna om att få en anställning som är minst likvärdig med den man har idag.

Varannan yrkesverksam svensk svarar att de bedömer sina chanser som ganska eller mycket stora. Många av dem som anser detta arbetar inom **de yrken som Arbetsförmedlingen har identifierat som just bristyrken**: förskollärare och fritidspedagoger; sjuksköterskor, specialistsjuksköterskor och läkare; programmerare/systemerare/utvecklare bara för att nämna några. Därför är det kritiskt för arbetsgivarna att förstå vad som är viktigt för dem som jobbar inom vart och ett av dessa yrken när de söker jobb.

ORVESTO Näringsliv har svar på detta också! Exempelvis för programmerare/systemerare/utvecklare är det, precis som för majoriteten av de arbetande svenskarna, lön och förmåner som är viktigast. Företagskulturen är dock det område som är mest överrepresenterat i denna grupp. Och självklart kan ORVESTO Näringsliv även ge svar på vad konkret inom lön och förmåner som är mest differentierade: för just denna yrkesgrupp, vinstdelningssystem.

Läs mer [här](#) om hur ORVESTO Näringsliv kan hjälpa dig att behålla och rekrytera dina (framtida) stjärnor, eller hör av dig till [Laura Macchi](#).

## Svenskarna allt nöjdare med sitt jobb



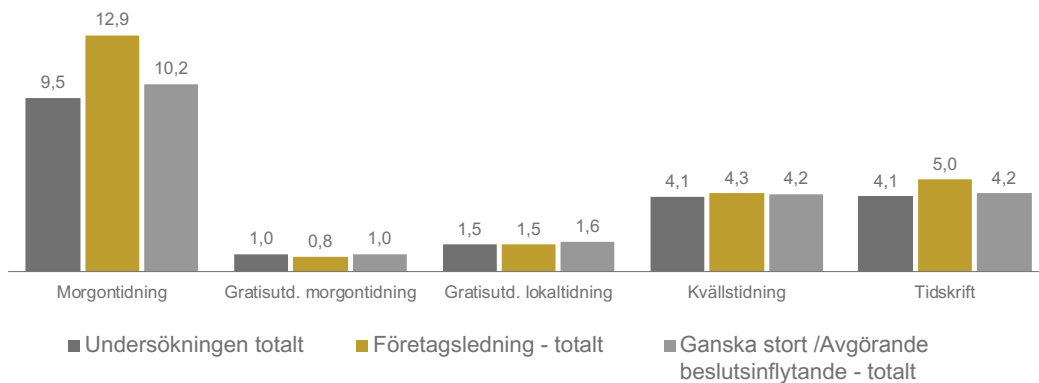
## Print håller greppet om näringslivstopparna, trots hård konkurrens.

Totalt lägger näringslivstopparna 24,5 minuter dagligen på printmedier<sup>1</sup>, att jämföra med ca. 20 minuter för de yrkesverksamma svenskarna som helhet. Det är i synnerhet tiden som ägnas åt morgontidningen som är mest överrepresenterad: nästan 13 minuter, jämfört med drygt 9 för de yrkesverksamma svenskarna generellt. Undersökningen visar också att det inte bara är affärs- och yrkestidningar som är överrepresenterade i denna grupp, utan även heminredning, båtar och sport- och friluftsliv är några av de tidskriftskategorier

som lockar mer. Liknande mönster ser vi även bland dem med ganska eller avgörande beslutsinflytande, dock med något lägre nivåer.

Totalt sett är det, inte oväntat, internet som leder ligan över de mest använda medierna: slår man ihop tiden som spenderas på internet via mobil, dator och/eller surfplatta passerar både näringslivstopparna, beslutsfattarna och samtliga yrkesverksamma svenskar 2 timmar. Dock ligger näringslivstopparna lite efter de båda andra grupperna, med 127 minuter att jämföra med 134 (undersökningen totalt) resp. 137 minuter (beslutsfattare).

Print – Tid igår, minuter



KANTAR | Sifo

Källa: ORVESTO® Näringsliv 2019

### Om undersökningen

ORVESTO Näringsliv genomfördes under perioden 11 mars – 29 maj 2019. Totalt deltog 12 915 personer i undersökningen. Dessa representerar en population av strax under 4,8 miljoner människor i åldrarna 21–65 år med en taxerad årsinkomst på minst 100 000 kr. Samtliga respondenter har fått välja att svara på undersökningen postalt eller digitalt. Urvalet görs slumpmässigt ur befolkningsregistret.

Undersökningen tillhandahåller information kopplat till individernas yrkesutövanden. Några exempel på frågeområden är branschtillhörighet, arbetsområde, befattning, beslutsinflytande vid inköp eller val av leverantör, utbildning, inkomst och resvanor.

Undersökningens variabler kan på olika sätt kombineras för att konstruera en oändlig mängd alternativa målgrupper, vilka kan analyseras utifrån, beslutsinflytande, resvanor, IT-mognad, mediebetende etc.



**Laura Macchi**,  
Client Manager  
0701-84 20 16  
[laura.macchi@kantat.com](mailto:laura.macchi@kantat.com)

<sup>1</sup>Morgontidningar, gratisutdelade morgontidningar, gratisutdelade lokaltidningar, kvällstidningar och tidskrifter