

**Kantar Sifos Anseendeindex
Företag 2019**

2019-04-26

I korthet – Kantar Sifos Anseendeindex Företag 2019

Anseendet som framgångsfaktor

Kantar Sifos Anseendeindex handlar inte bara om den **svenska allmänhetens** tilltro till eller intryck av ett visst företag. Det berättar också om vilken kvalitet och framgång svenskarna tillskriver företagen.

Ett gott anseende ger större frihet och goda förutsättningar att över tid vara både framgångsrik i sin affär och skapa stolthet hos medarbetare. Men det ger också viktiga fördelar i kontakten med viktiga intressenter som kunder, politiker, blivande medarbetare, partners eller journalister. **Det är helt enkelt lättare att bli lyssnad till.**

Tionde årliga undersökningen

Anseendeindex Företag 2019 är Kantar Sifos tionde årliga mätning av anseendet för ett urval stora medieintensiva företag samt några nischaktörer. Vi gör den för att bygga egen kunskap om vad som driver anseendet men erbjuder den också som underlag för fördjupade presentationer och samtal kring anseendets påverkan på affären.

IKEA och Volvo Cars i topp

Ikea och **Volvo Cars** har högst anseende bland 48 testade företag med verksamhet i Sverige. **AB Volvo** och **ICA** följer närmast på listan. Volvo Cars ökning är tydlig. Vi noterar också en branschåterhämtning efter några år av utsläppsdiskussioner.

Anseendetaket sätts av branschen

Alla företag verkar i en bransch- och omvärldskontext som ger dem väldigt olika förutsättningar. I branscher där produkterna är svåra att **särskilja** eller där svenskarna förväntar sig att aktörerna tar ett stort **samhällsansvar**, blir det svårare att uppnå högt anseende.

Bland de attribut vi testar, ser vi att ett allmänt **gillande** samt att företaget har en förmåga att **hålla vad man lovar** väger tungt. Vidare är det viktigt att företagen uppträder med **trovärdighet i media**, men också att bolaget **bidrar positivt till bilden av Sverige**.

Vi har sedan tidigare noterat att den svenska allmänheten känner en stolthet över den svenska kopplingen, även om vi lever i ett globalt tidevarv.

Dock är det viktigt att understryka att olika företag och olika branscher har tydligt olika drivkrafter för sitt specifika anseende.

Volkswagen och Ericsson återhämtar sig

2019 års lista innehåller några företag med kraftigt förbättrat anseende jämfört med föregående år. **Att gå in i kriser med starkt anseende ger bättre möjligheter till återhämtning**, om man samtidigt visar ansvar och vidtar åtgärder på ett sätt som upplevs äkta och transparent.

Volkswagen och **Ericsson** har tagit sig ur sina respektive kriser och återhämtar sig. I Volkswagens fall fortsätter återhämtningen

från 2018. Ericsson har vänt sin finansiella situation och det återspeglas i dess anseende.

För de **aktörer som går in i kriser med ett svagt anseende blir utgången alltid värre**. Det är ett fullgott skäl att lyfta anseendet till affärsledningsnivå och arbeta strategiskt över tid med dess viktigaste byggstenar.

Swedbanks och **Danske Banks** anseende rasar, samtidigt som konkurrenten Nordea återhämtar sig från en låg nivå. SEB tappar något, medan Handelsbanken står stabilt i tider av snålblåst i banksektorn. Vårens penningtvättskris inom Swedbank låg under fältperioden. Det är viktigt att ha i åtanke i analysen.

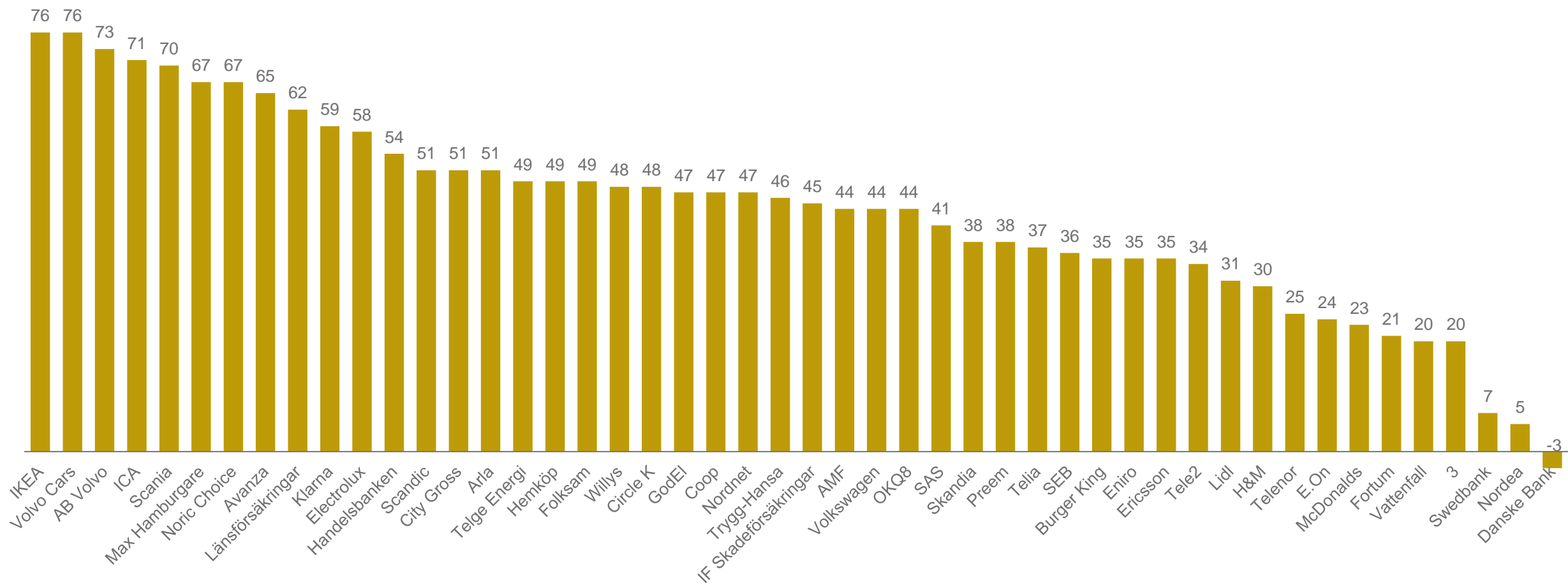
För de tre storbankerna Swedbank, Nordea och Danske Bank är anseendet på en historisk väldigt låg nivå. Bankerna kommer från nivåer som det går att återhämta sig till. Det visar inte minst Volkswagens uppgångar. Men, ytterligare anseendetörnar vore ödesdigra.

Drivmedelsbranschen är ny som bransch i årets undersökning. Tre representanter är med i undersökningen. **Circle K**, **OKQ8** och **Preem** hamnar alla i ett likartat anseendeläge. De är på en nivå som är något starkare än såväl telekom- som energibranschen, men något svagare än dagligvarubranschen.

Nischaktörerna **Avanza**, **Klarna** och **Nordnet** är också nya på årets lista. Unga nischaktörer, oavsett bransch, har ofta en utmanares fräschör. Dessa tre aktörers relativt goda anseende ska analyseras i ljuset av det.

Från IKEA till Danske Bank

Anseendeindex 2019



Kantar Sifos Anseendeindex Företag 2019



Fem i topp

1. Ikea och Volvo Cars
3. AB Volvo
4. ICA
5. Scania



Största uppgångarna jämfört med 2018

- Volkswagen +14 punkter
- Ericsson +13 punkter
- IF +10 punkter

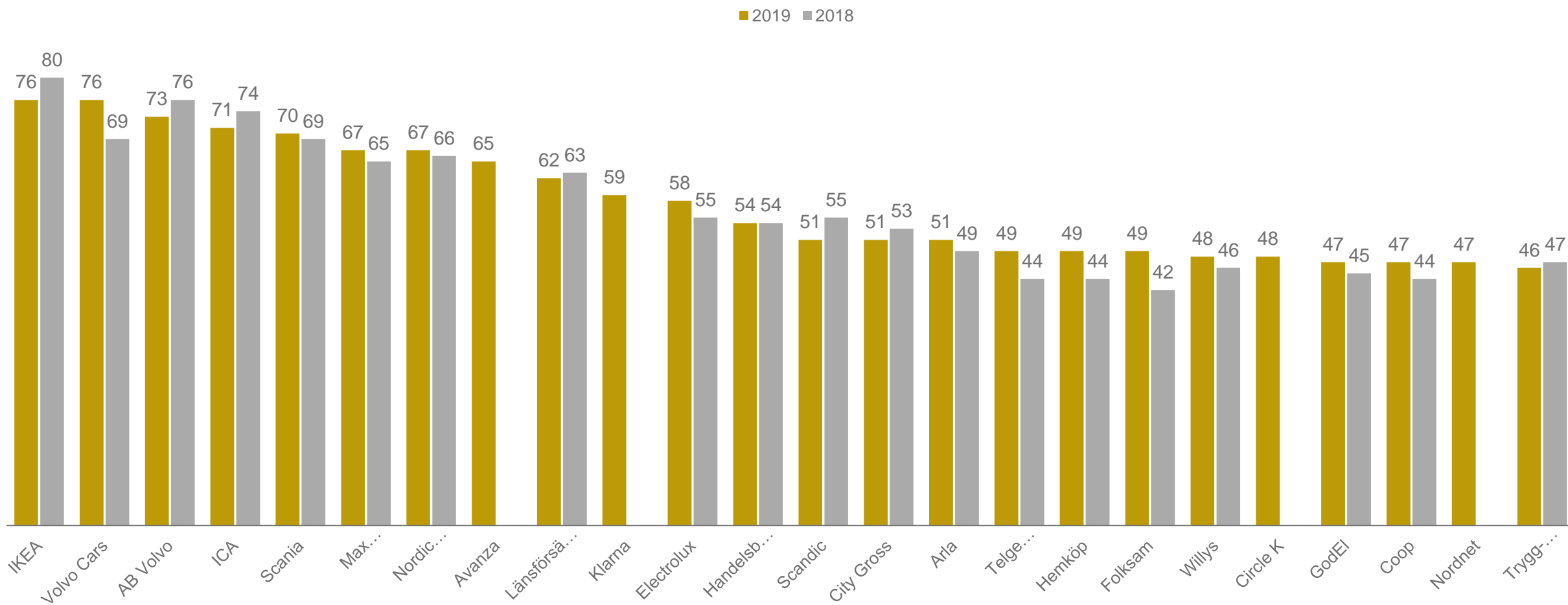


Största nedgångarna jämfört med 2018

- Danske Bank -40 punkter
- Swedbank -27 punkter

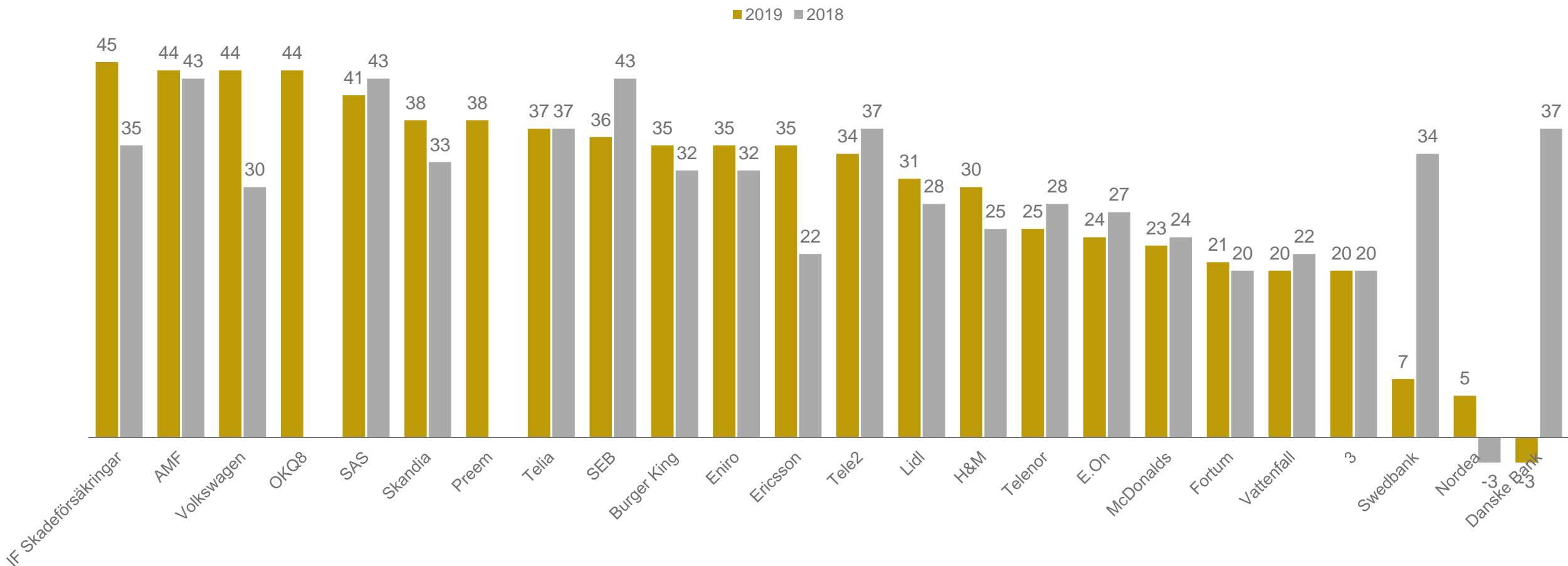
Anseendeindex 2019 – bolagen med starkast anseende

Jämförelse med 2018

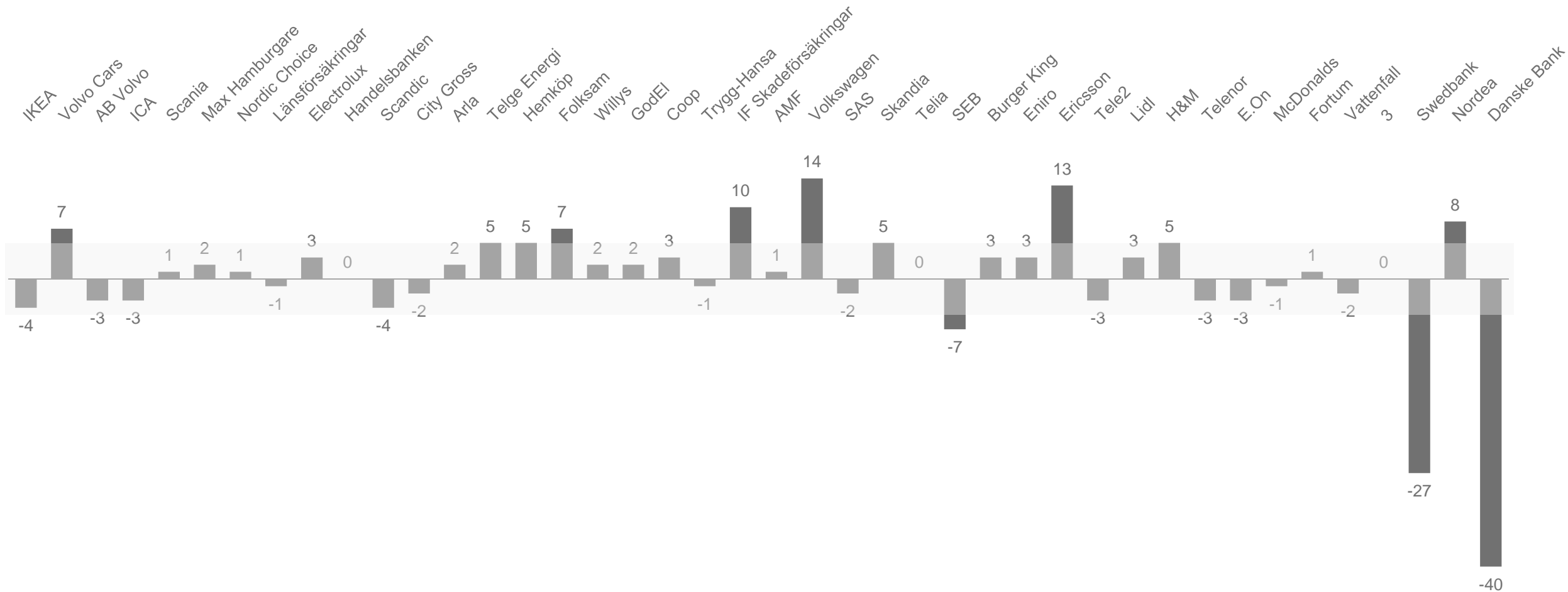


Anseendeindex 2019 – andra halvan av listan

Jämförelse med 2018

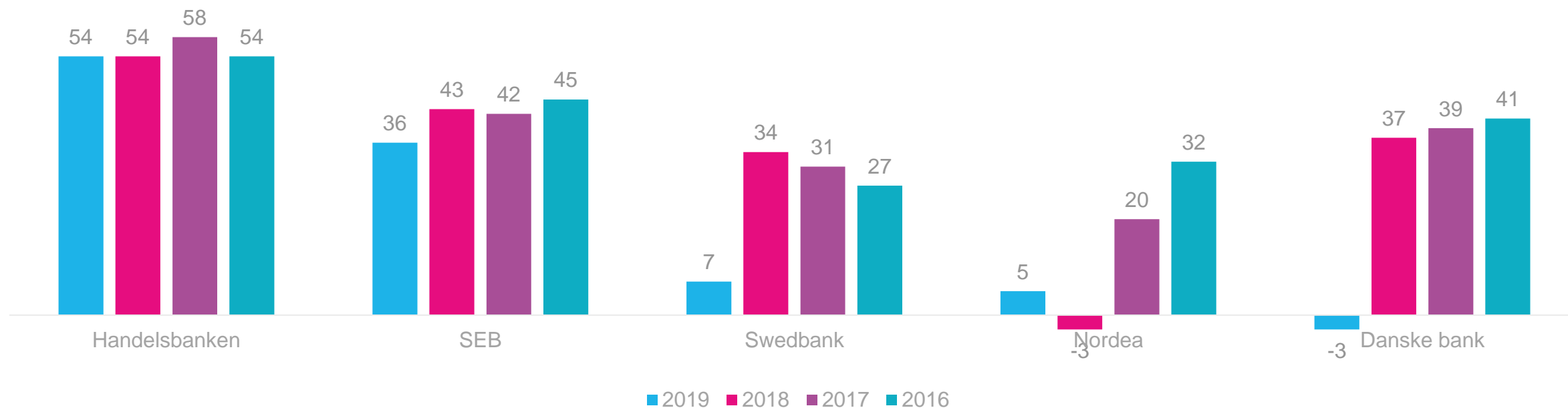


Anseendeindex 2019 med jämförelse 2018



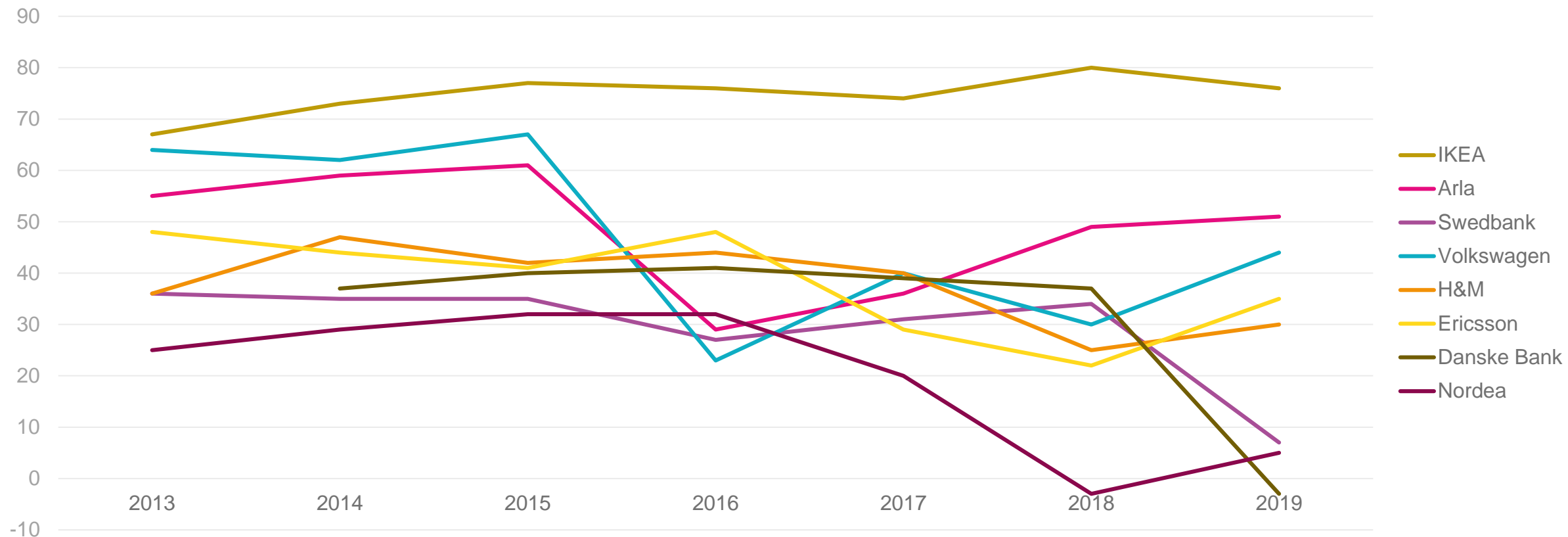
Storbankerna: Swedbank, Nordea och Danske Bank i prekärt läge

Kantar Sifos Anseendeindex Företag 2016 - 2019



Några företag under förändring i anseende hos allmänheten

Kantar Sifos Anseendeindex Företag 2013-2019



Genomförande

Undersökningen är baserad på 48 företag i åtta branscher (bank & försäkring, detaljhandel, energi, telekom, fordon, snabbmatsrestauranger, resenäringen och drivmedel) samt en grupp med övriga företag. Företagen är valda utifrån att de är välkända samt marknadsledare eller uppstickare i sin bransch.

- **Målgrupp:** Den svenska allmänheten, 18-79 år
- **Urvalsram:** Kantar Sifos internetpanel för intervjuer med ett representativt urval av boende i Sverige, 18-79 år
- Totalt gjordes 5 124 intervjuer och sammanlagt 20 446 utvärderingar av de berörda företagen (en respondent har kunnat utvärdera fler än ett företag). De svarande har uppgett kännedomsnivå 3-5 (skala 1-5) för de utvärderade företagen
- **Datainsamlingsmetod:** Webbaserad enkät
- **Fältperiod:** 15-29 mars 2019
- **Syfte:** Bygga egen kunskap kring vilka drivkrafter som bygger företags anseende i Sverige

Kontaktuppgifter



Göran Celanders
Kantar Sifo
Director Stakeholder Management
+46 31 7273903 Arbete
+46 708 440283 Mobil

goran.celanders@kantarsifo.com



Erik Lundboms
Kantar Sifo
Client director
+46 8 507 421 26 Arbete
+46 733 14 77 26 Mobil

erik.lundboms@kantarsifo.com