

Myndigheternas anseende och hur mediebilden påverkar allmänheten

TNS Sifos Anseendeindex 2016

Toivo Sjören, opinionschef
Sonja von Lochow,
kommunikationsspecialist

@TNSSifoAB
#anseende



TNS Sifo

© TNS

Fyra punkter att ta med från TNS Sifo

Myndigheternas
anseende stärks
– det är positivt för
demokratin!

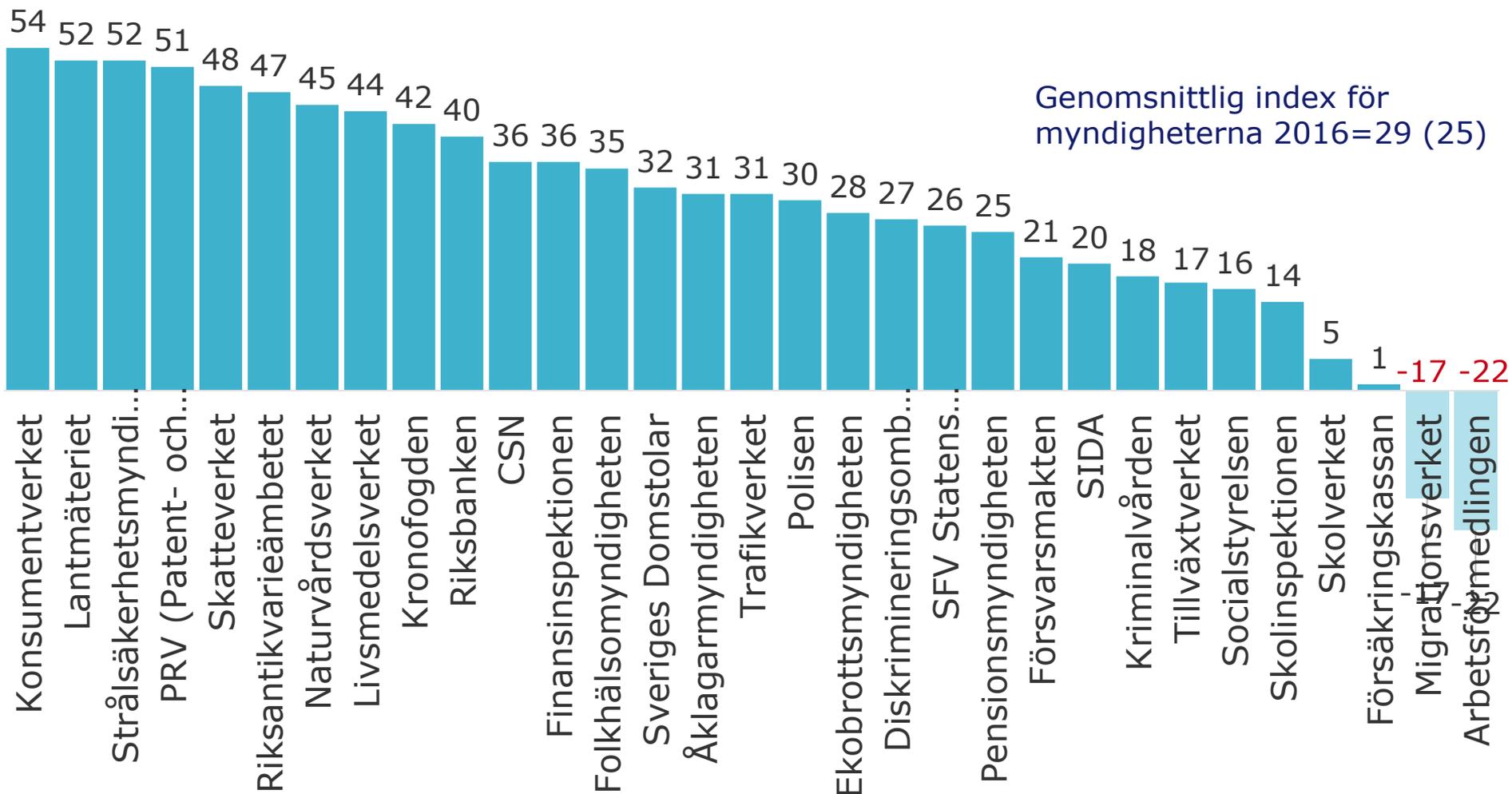
Okontroversiella
expertmyndigheter
toppar listan

Problembilden inom
ansvarsområdet
påverkar anseendet

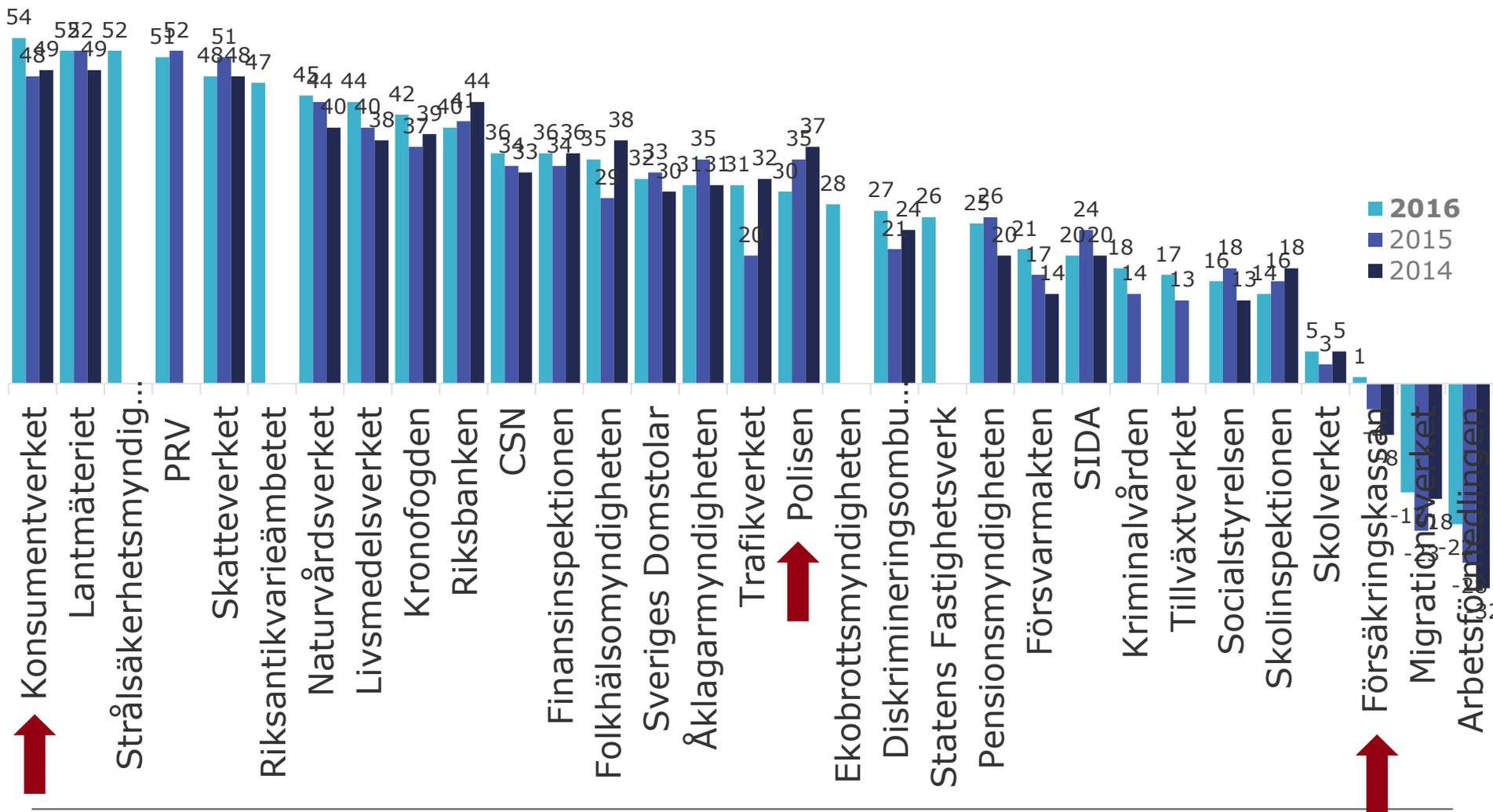
Effekten på anseendet
av en faktiskt positiv
mediebild, kan bromsas
av den upplevda
mediebilden

6015 intervjuer genomfördes 3-20 juni 2016 via
webbpanel. Urvalet var slumpmässigt och representativt
för allmänheten.

Anseendet ökar – svenska myndigheter mot trenden



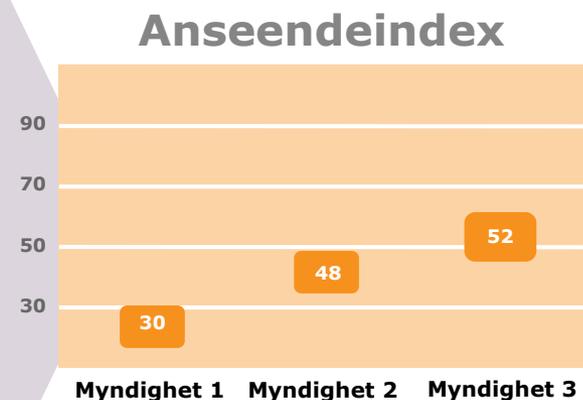
Expertmyndigheter i topp – Polisen tappar i år igen



Fem frågor ger ett stabilare svar med fler nyanser

Byggstenarna i TNS Sifo:s anseendeindex

1	Övergripande värdering	Allmänt rykte
2	Personligt intryck	Känslomässig samhörighet
3	Tillit	
4	Kvalitet i myndighetsutövning eller tjänster	Myndighetens kompetens
5	Framgång	



Myndigheternas anseende är samhällsviktigt

SVERIGE 7 april 2016 22:02

Analys: När förtroendet för staten sviktar

Sydsvenskan

Årets Förtroendebarmeter från Medieakademin vid Göteborgs universitet presenterades på torsdagen. Den visar att vi litar allt mindre på universitet och högskolor, radio och tv, riksdagen, regeringen, dagspressen, bankerna, facket och de politiska partierna – institutioner som av hävd räknas till "samhällets ryggrad" och i de flesta fall är nyckelspelare i det som kallas demokrati.

Tove Lifvendahl: När tilliten står på spel

Publicerad: 2016-05-28 06:01
Uppdaterad: 2016-05-28 06:01

Är demokratin på väg att urholkas?

NWT

Debatt: Politik

Om den politiska och administrativa eliten i ett samhälle agerar på ett sätt som ovanstående exempel vittnar om så förlorar medborgarna allt mer förtroendet för de styrande och därmed demokratin som samhällssystem, skriver Alf Sundin.

DN Debatt

DN Debatt. "Elitens trixande hotar den mellanmännskliga tilliten"



Årets nyhet: Mediebild vs anseende

Anseende

Problem med attityd på SJ
STOCKHOLM Sommaren var "eländig" enligt tågbranschen och målet är att 95 procent av alla tåg ska komma i tid 2020 känns avlägset. Attitydproblem är ett tillika stort problem som släns spår och tåg, anser SJ:s vd Crister Fritzon.
Om vi ska komma åt problemet måste vi bli bättre på att styra verksamheterna och då handlar det mycket om attityder. Det här är en bransch som hållit på i 150 år och det finns mycket kultur och inarbetade arbets sätt som vi vill förändra, säger han till TT. (TT)

Mediebild

Upplevd mediebild

SJ erbjuder flest köpkanaler
Svar på "Dålig information om SJ:s biljetter". Aukter 5 april. Hög Medborgargärd Det var tillräckligt att bota att du upplever att det är svårt att köpa biljetter. Vi strävar efter att göra det så enkelt som möjligt att resa med oss och är i dag det förnämsta i Sverige som erbjuder flest köpkanaler till kunderna.
Förutom våra digitala kanaler (webb och app) erbjuder vi försäljning via telefon, biljettautomater, resebyråer och via 600 ombud i hela Sverige.
Sedan 2009 är det möjligt för alla tågbo-

Ministern gjorde bort sig om tåget
Infrastrukturminister Anna Johansson (S) har gjort bort sig. Att säga att det är bättre att köpa biljetter i stället för att sitta på en sammansättning är framsagt när det inte finns något regelbundet tåg att köpa biljetter till. Vi är många som skrev under sammansättnings och vi har försökt köpa biljetter men misslyckats.
Och för oss som ändå

Hyllas för sin insats

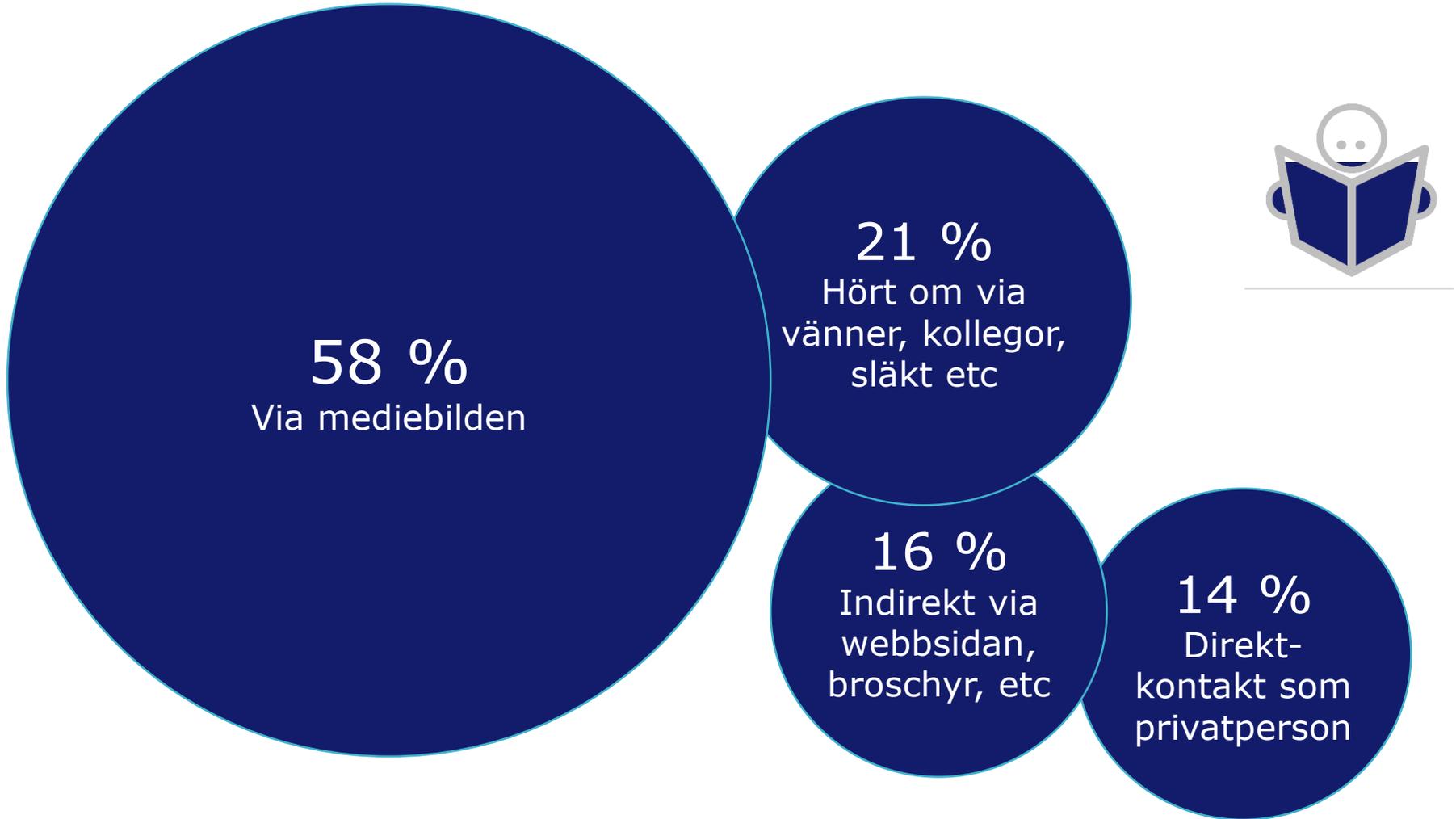
Om vi ska komma åt problemet måste vi bli bättre på att styra verksamheterna och då handlar det mycket om attityder. Det här är en bransch som hållit på i 150 år och det finns mycket kultur och inarbetade arbets sätt som vi vill förändra, säger han till TT. (TT)

TNS Sifo

TNS

© TNS

Medierna är den vanligaste kontaktytan med folket



Klar anseendepoäng i ökad kunskap om myndigheten



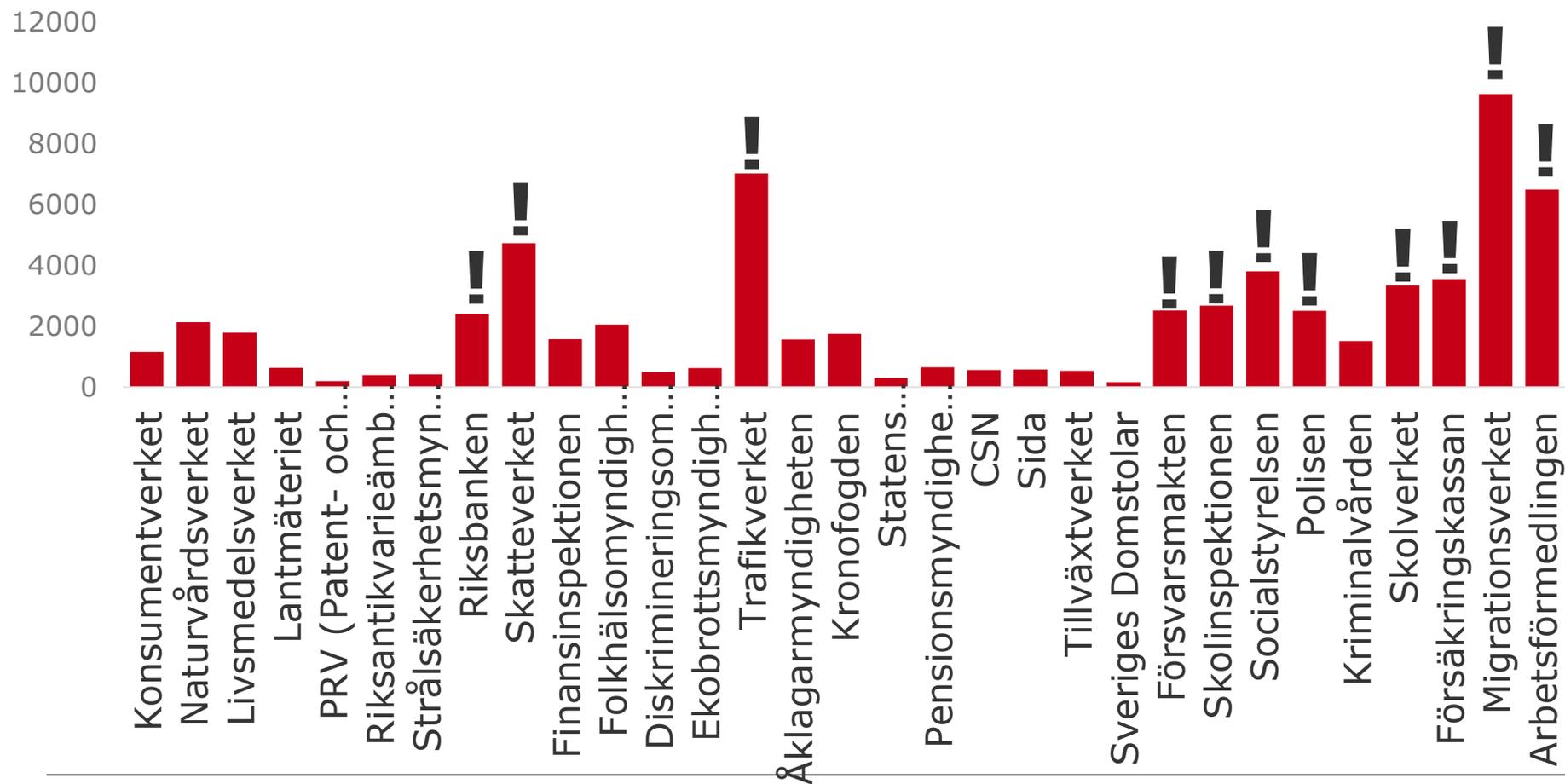
58 %

Via mediebilden

	Känner till något	Ganska bra	Mycket bra
CSN	28	37	49
Arbetsförmedlingen	-24	-19	-19
Försvarsmakten	12	23	36
Pensionsmyndigheten	18	28	50
Skolverket	2	7	20
Migrationsverket	-20	-13	-10
Alla	24	30	38

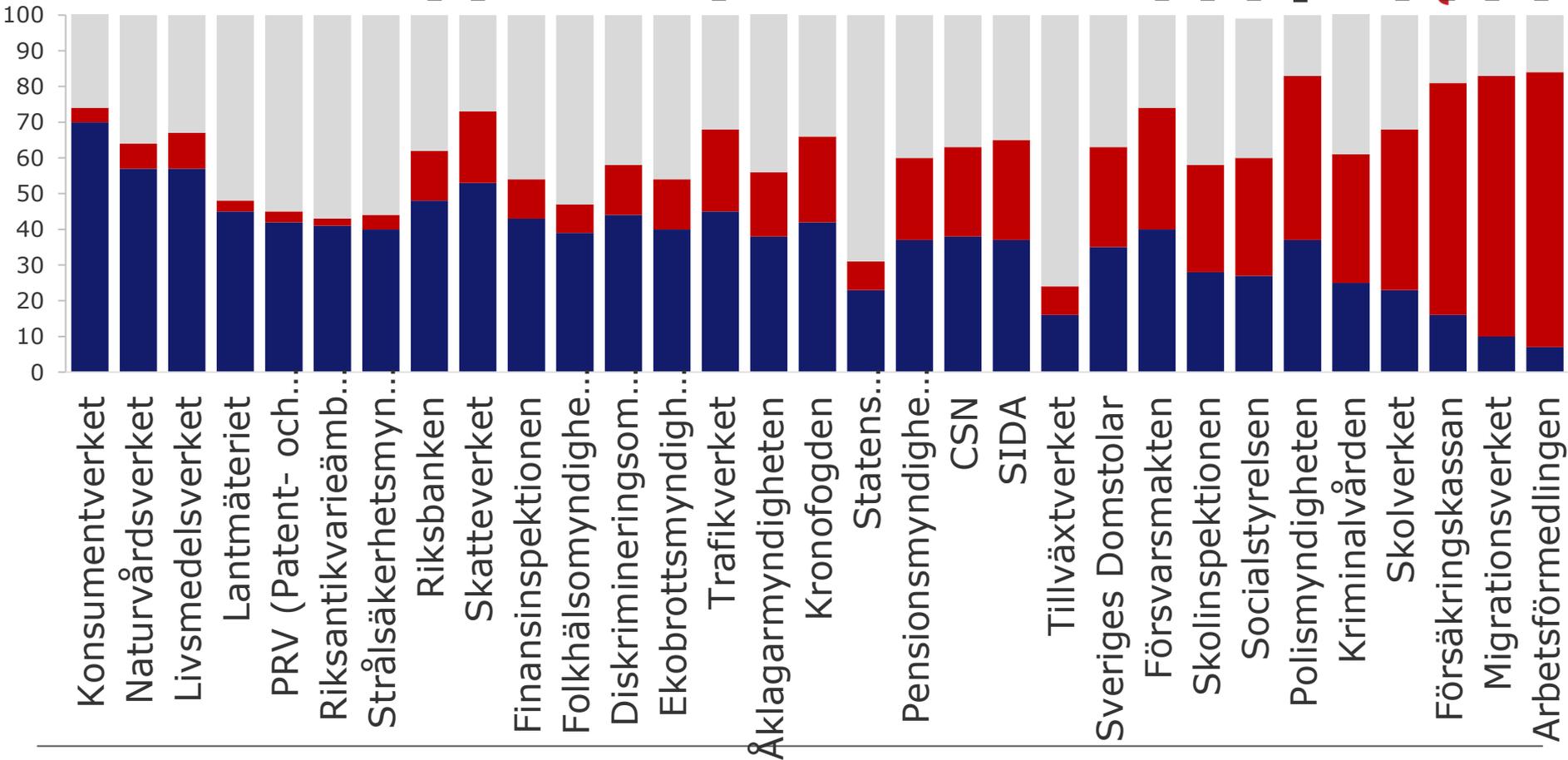
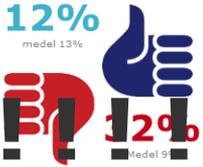
Allmänintresse och aktuell debatt styr nyhetsvärdet

Antal redaktionella omnämningar, januari – maj 2016

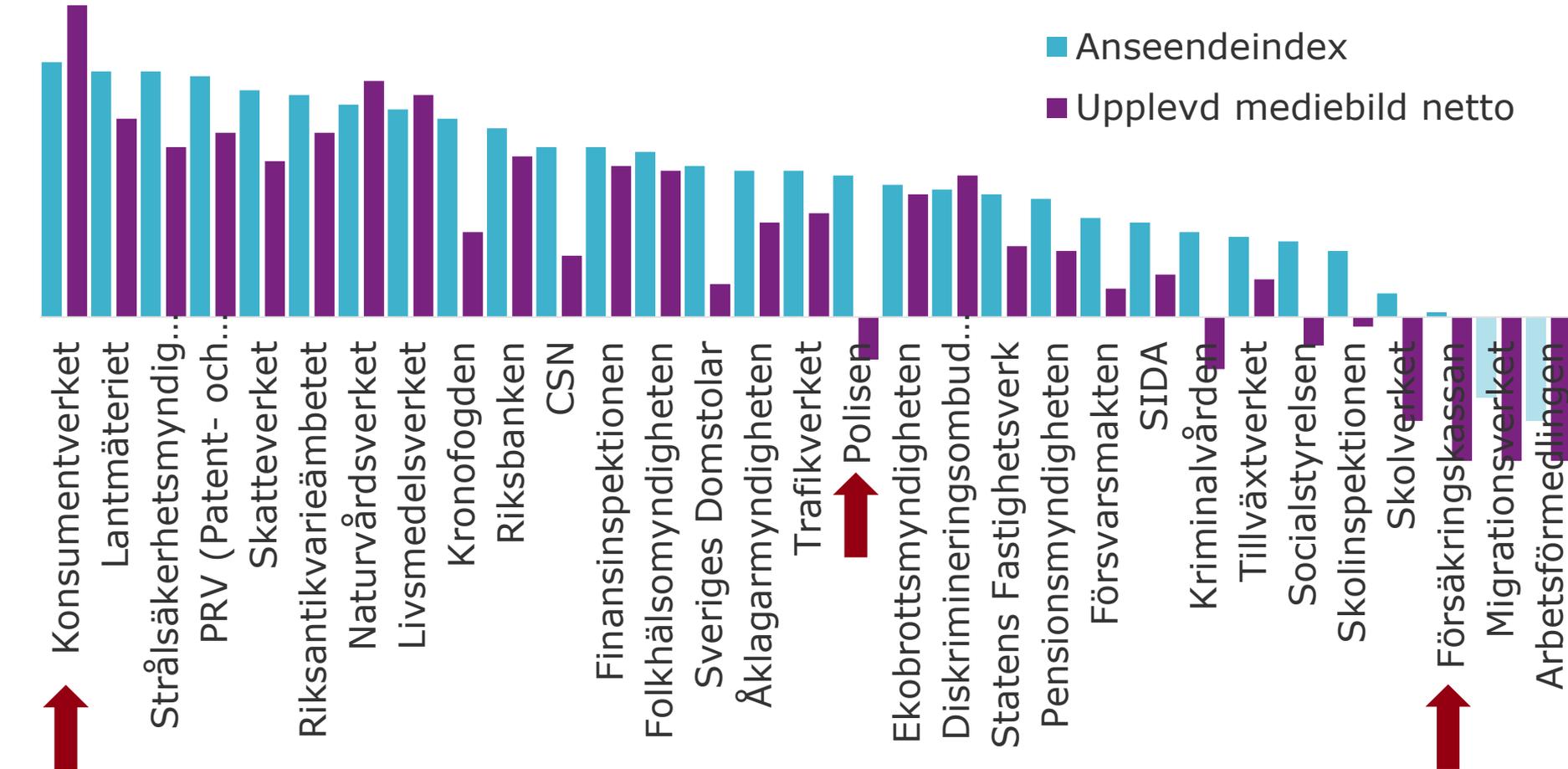


Upplevelsen rymmer både osäkerhet och myter

Upplevd mediebild – övervägande positiv eller negativ, respektive vet ej



Sambandet mellan upplevd mediebild och anseende



Tre myndigheter – olika förutsättningar, olika utmaningar



Konsument
verket · KO

2016

1 ↑

30



54 ↑

2015

-4

35

48

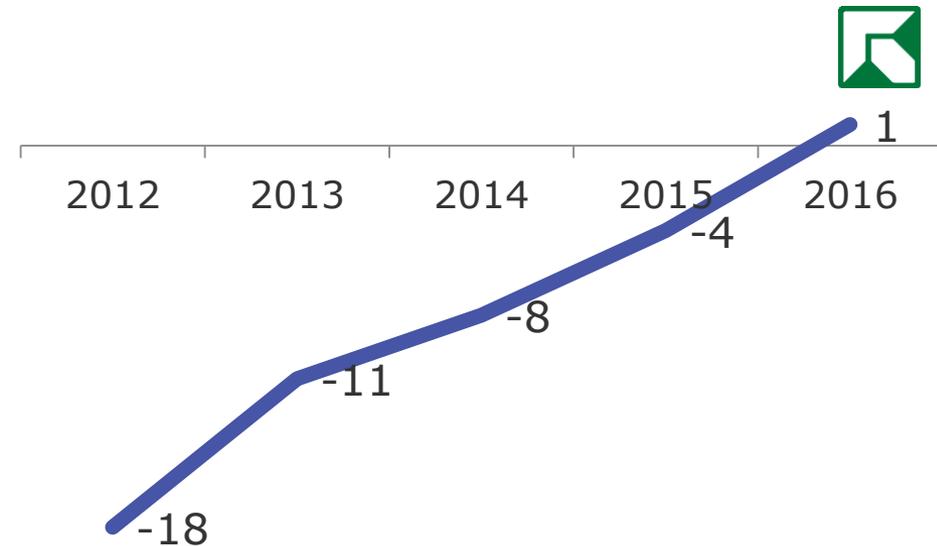
Nya Skatteverket? Försäkringskassan ökar stadigt

- Stärker sig på alla fem indexfrågorna
- Kundmötet fortfarande kritiskt – men år för år lite bättre på flera viktiga drivkrafter

Drivkrafter mot toppen

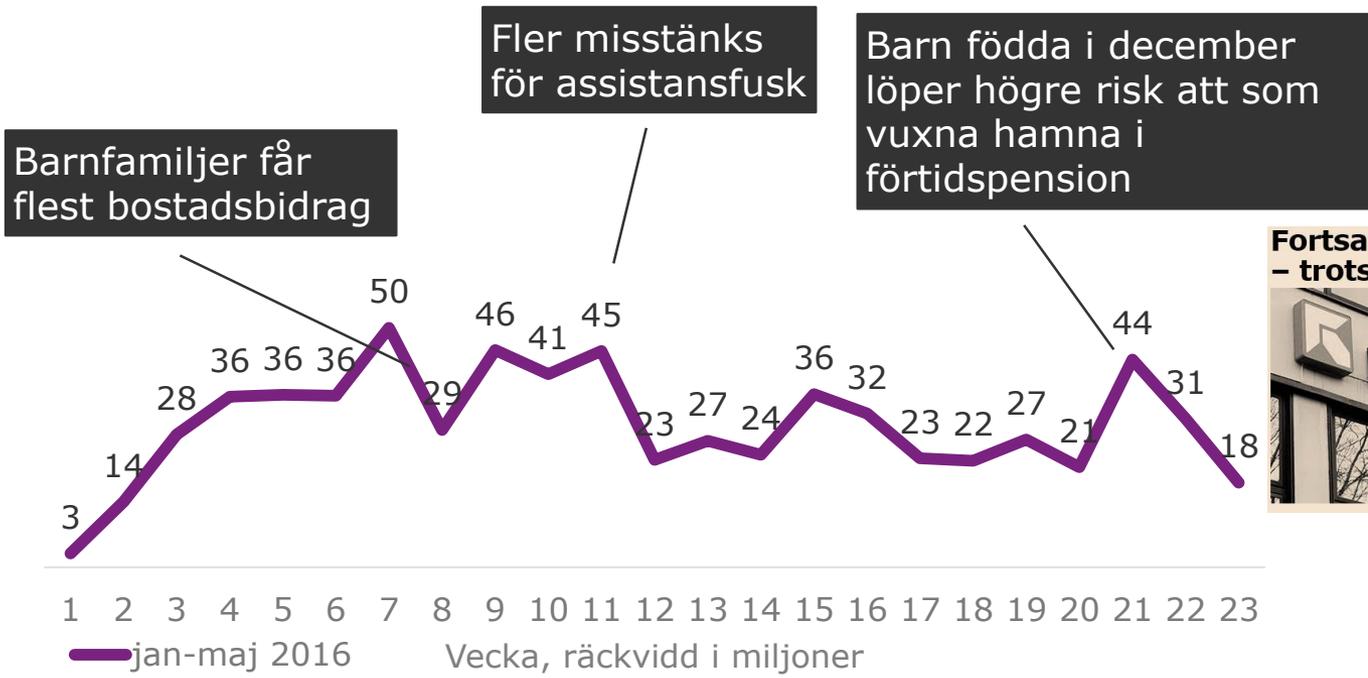
1. Visa handlingskraft
2. Upprätthålla etik och moral
3. Hålla vad de lovar
4. Lyssna på sina kunder/uppdragsgivare
5. Effektiva i sin verksamhet

1
Anseendeindex
Försäkringskassan



Upplevelsen av mediebilden präglas av tidigare stormar

Försäkringskassans i redaktionella medier och allmänhetens minne

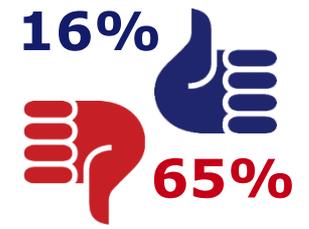


Fortsatta utförsäkringar - trots regeringens nej



Hillevi Wahl: Försäkringskrävde dödsdatum

Vi tar inte längre hand om de våra



Upplevd mediebild

49 %
Via mediebilden

47 %
Direktkontakt privatperson

42 %
Via vänner, kollegor, familj, släkt

Är polisen på väg att bli den nya skolan?

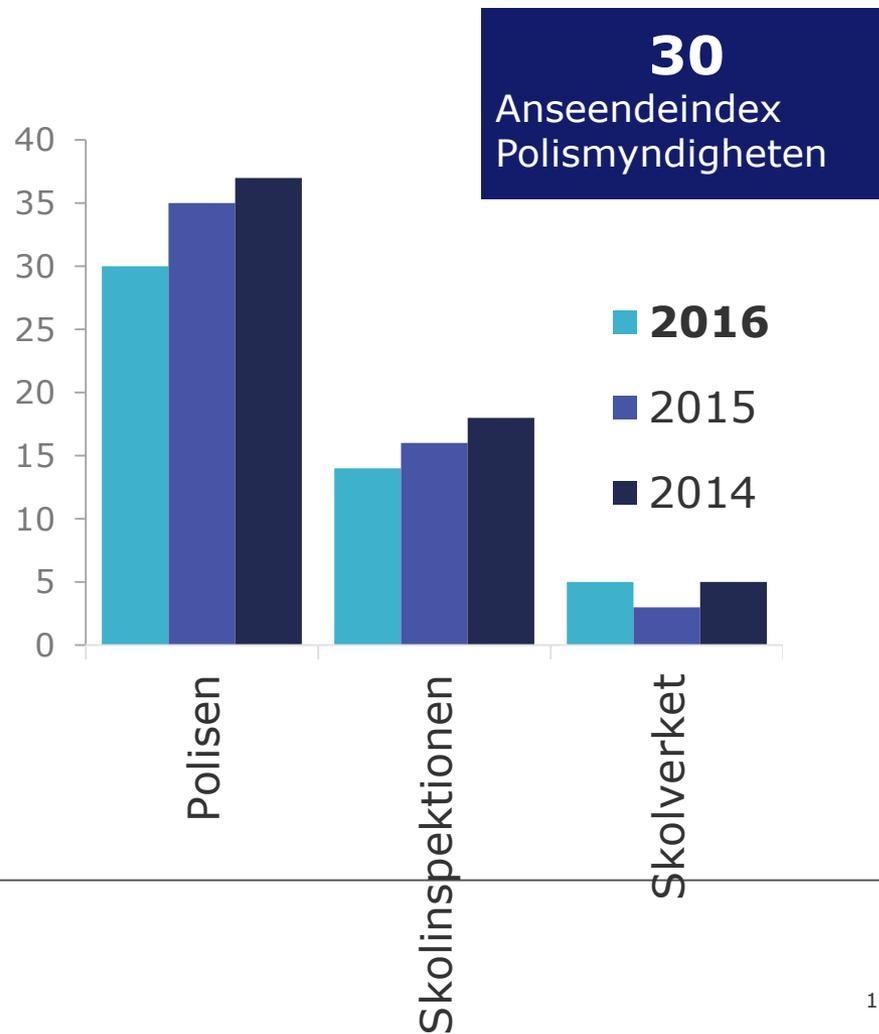
Problembilden inom ansvarsområdet påverkar anseendet

- Det personliga intrycket är gott – bland de bästa
- Högt betyg för "lita på"
- Lågt på övergripande rykte
- Sämre resultat för kompetensfaktorerna framgång och kvalitet

Fokus för förbättring

- 1.Hålla vad de lovar
- 2.Effektiva i sin verksamhet
- 3.En god servicenivå

22
(30-44
år)



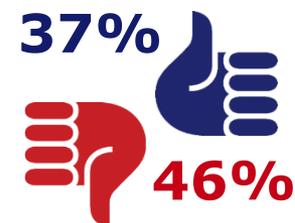
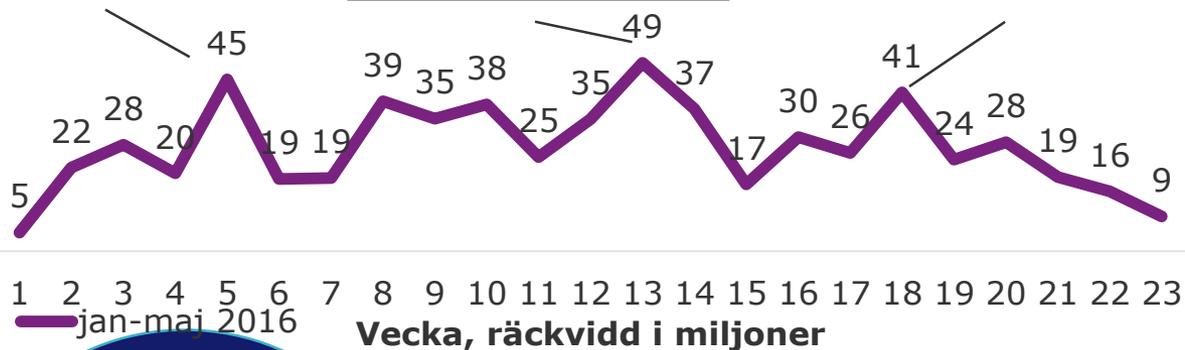
Sämre fungerande polis

Polismyndigheten i redaktionella medier och allmänhetens minne

Rikspolischefen efterlyser fler poliser

Polisen anställer men pengar saknas

Kristdemokraterna vill satsa 4 miljarder på polisen



Upplevd mediebild

63 %
Via
mediebilden

53 %
Direktkontakt
privatperson

40 %
Via vänner,
kollegor,
familj, släkt

31 %
Via webb,
broschyr



Polisen

TNS Sifo

TNS

© TNS

Handlingskraft och tydliga resultat för fortsatt ledartröja

Konsumentverkets styrka är expertisen

- Starka betyg rakt över
- Högre betyg för framgång och kvalitet
- Starkaste konkurrenten i kompetenstoppen: Skatteverket
- Hög kännedom – talande namn

För att hålla positionen

1. Visa handlingskraft
2. Leverera tydliga resultat
3. Balansera expertbilden med emotionella värden, fall där KO gjort skillnad



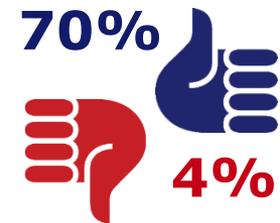
54

Anseendeindex
Konsumentverket

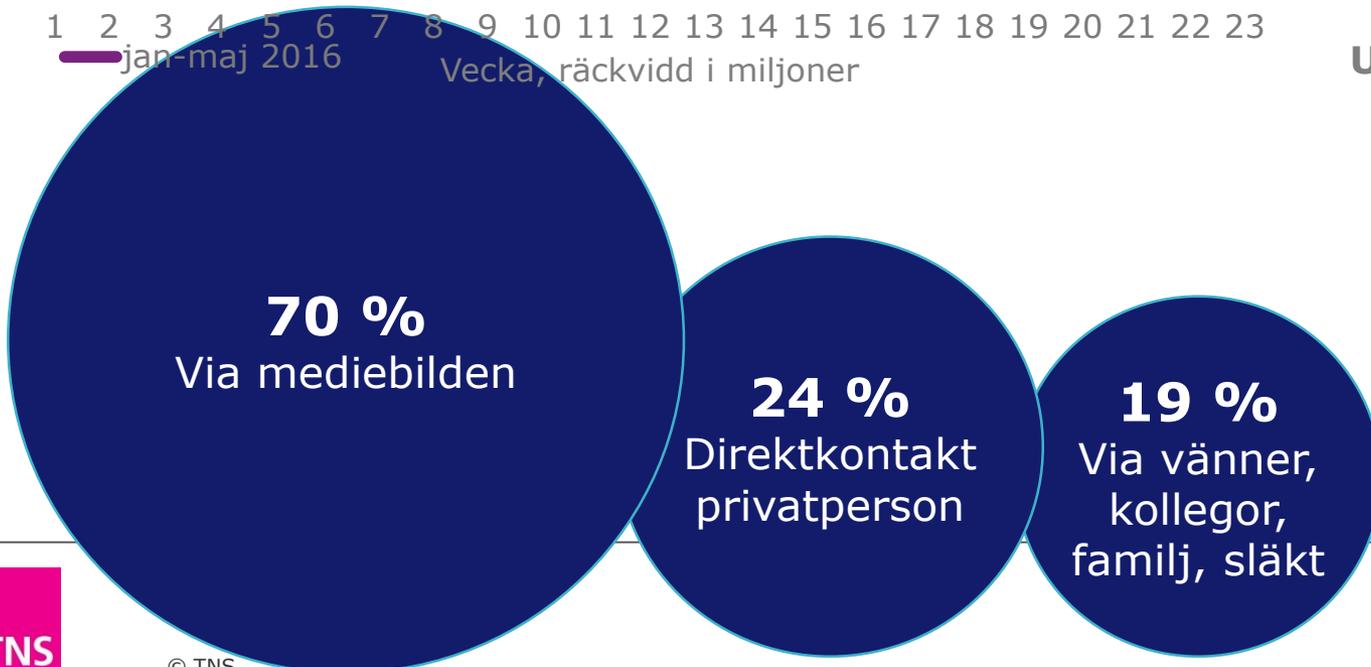
Konsument
verket • KO

Mediebilden stor kontaktyta – både styrka och risk

Konsumentverket i redaktionella medier och allmänhetens minne



Upplevd mediebild



Konsument
verket · KO

Fyra punkter att ta med från TNS Sifo

Myndigheternas
anseende stärks
– det är positivt för
demokratin!

Okontroversiella
expertmyndigheter
toppar listan

Problembilden inom
ansvarsområdet
påverkar anseendet

Effekten på anseendet
av en faktiskt positiv
mediebild, kan bromsas
av den upplevda
mediebilden

6015 intervjuer genomfördes 3-20 juni 2016 via webbpanel.
Urvalet var slumpmässigt och representativt för allmänheten.

Må anseendet och mediebildnen
vara med er!

Tack för att ni lyssnade och deltog!

Toivo Sjörén

toivo.sjoren@tns-sifo.se

0701-84 23 50

Sonja von Lochow

sonja.von.lochow@tns-sifo.se

0733-74 40 70

www.tns-sifo.se

[@TNSsifoAB](#)



TNS Sifo

© TNS