

**KANTAR SIFO**

## **Kantar Sifos Anseendeindex Företag 2018**

Göran Celanders

Jonathan Wennö

2018-04-10

## I korthet – Kantar Sifos Anseendeindex Företag 2018

### 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.**

### Nionde årliga undersökningen

Anseendeindex Företag 2018 är Kantar Sifos nionde 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 ohotad i topp

**Ikea** har högst anseende bland 42 testade företag med verksamhet i Sverige. Ikeas ställning är i år ohotad. **AB Volvo** och **ICA** följer närmast på listan. AB Volvo är en annan kronjuvel som nu kliver ifrån sin gamla syster Volvo Cars något. Hundraårsfirande **ICA** har sakta men säkert stärkt sitt redan starka anseende de senaste fem åren.

### Anseendet sätts av branschen

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

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 **ledningen ingjuter förtroende**.

Generellt ser vi också att anseendet drivs starkt av en **svensk koppling**. Det kan te sig självklart men i en tid när det lokala i storpolitiken i viss mån sätts i kontrast till det globala synsättet, kan vi konstatera att den svenska allmänheten i stor utsträckning också sätter "Sweden first".

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

### Arla återhämtar sig

2018 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.

**Arla** är ett sådant företag som fortsätter återhämtningen efter sitt kraftiga anseenderas i 2016 års mätning.

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.

**Nordeas** anseende rasar, samtidigt som vi inte ser någon generell nedgång i bank- och finansbranschen. Diskussionen om Nordeas flytt av sitt huvudkontor har präglat den allmänna bilden av företaget det senaste året. Den nådde sin avslutande fas när stämman den 15 mars beslutade om en flytt till Helsingfors. Det är viktigt att påpeka att detta var mitt under fältperioden.

Även **H&M** faller kraftigt. För den som följt börskursen och bolagets utveckling det senaste året är det ingen överraskning.

Även **Volkswagen** vänder nedåt igen efter ett fjolår där krisen tycktes vara borta. Den fortsatta diskussionen om bränsleformer och utsläpp kan vara skälet bakom tappet. Ett tapp som **Volvo Cars** delvis också känner av.

## Topplistorna – Kantar Sifos Anseendeindex Företag 2018



### Fem i topp

1. Ikea
2. AB Volvo
3. ICA
4. Volvo Cars
4. Scania



### Största uppgångarna jämfört med 2017

- Arla +13 punkter
- Vattenfall +9 punkter



### Största nedgångarna jämfört med 2017

- Ericsson -19 punkter
- H&M -15 punkter
- Volkswagen -10 punkter
- If Skadeförsäkringar -10 punkter

|                  |        |
|------------------|--------|
| Modellen bakom   | sid 10 |
| Fördjupad analys | sid 11 |
| Metod och urval  | sid 12 |
| Kontakt          | sid 13 |

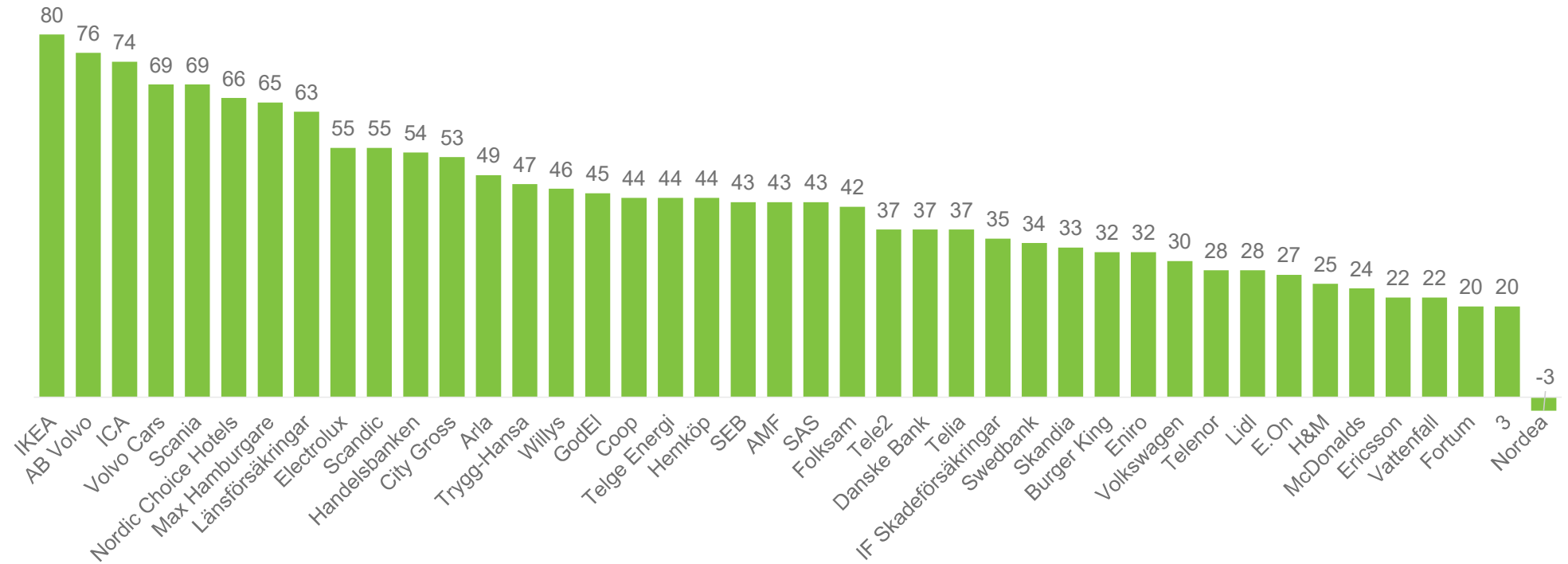


Ett anseendeindex över 60 är ett högt anseende för företag. Det stämmer på följande företag 2018:

- Ikea
- AB Volvo
- ICA
- Volvo Cars
- Scania
- Nordic Choice Hotels
- Max Hamburgare
- Länsförsäkringar

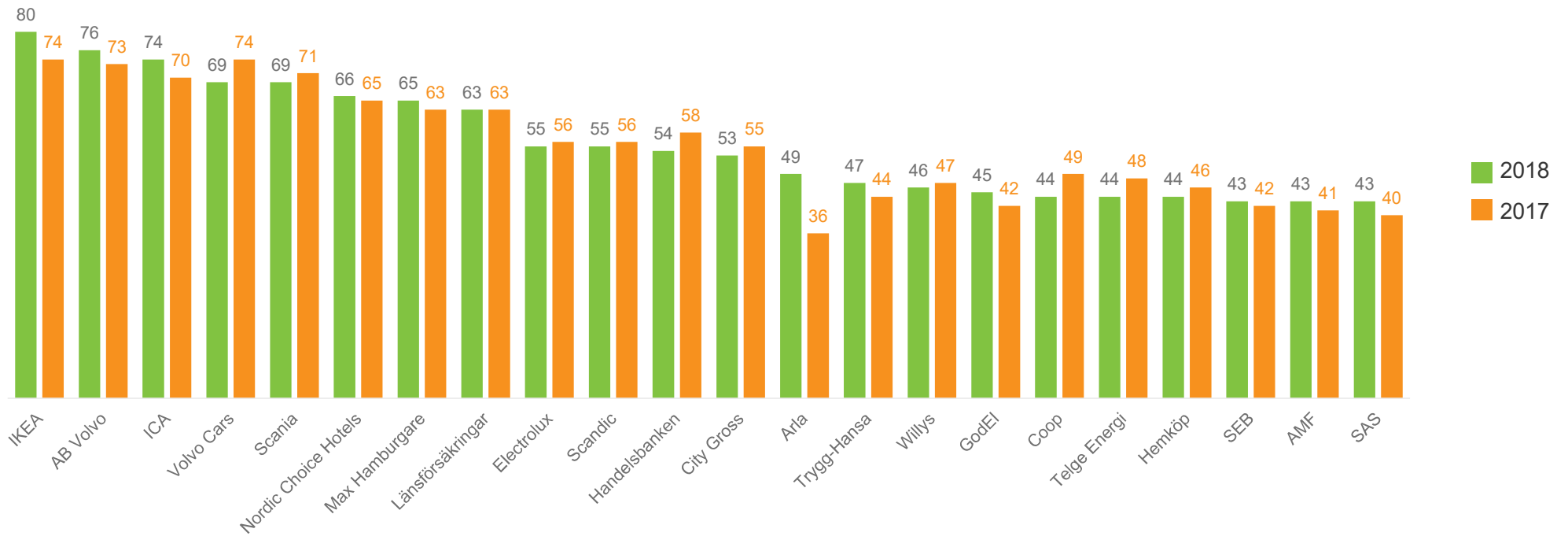
# Årets ranking – från IKEA till Nordea

Kantar Sifos Anseendeindex Företag 2018



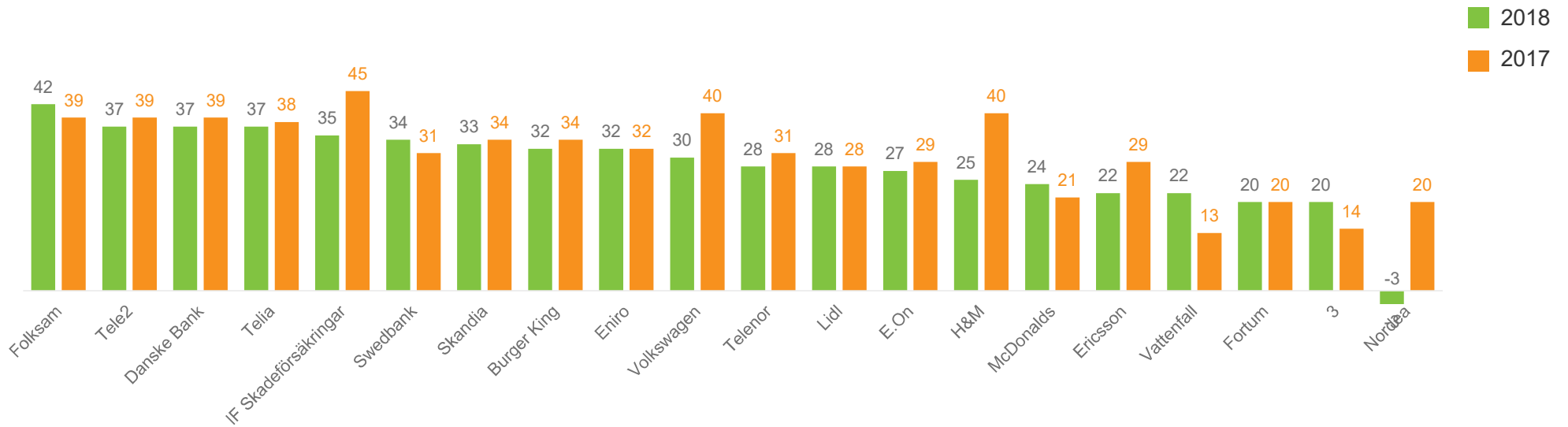
## Årets ranking vs 2017 – företag med 43 eller högre anseende

Kantar Sifos Anseendeindex Företag 2018



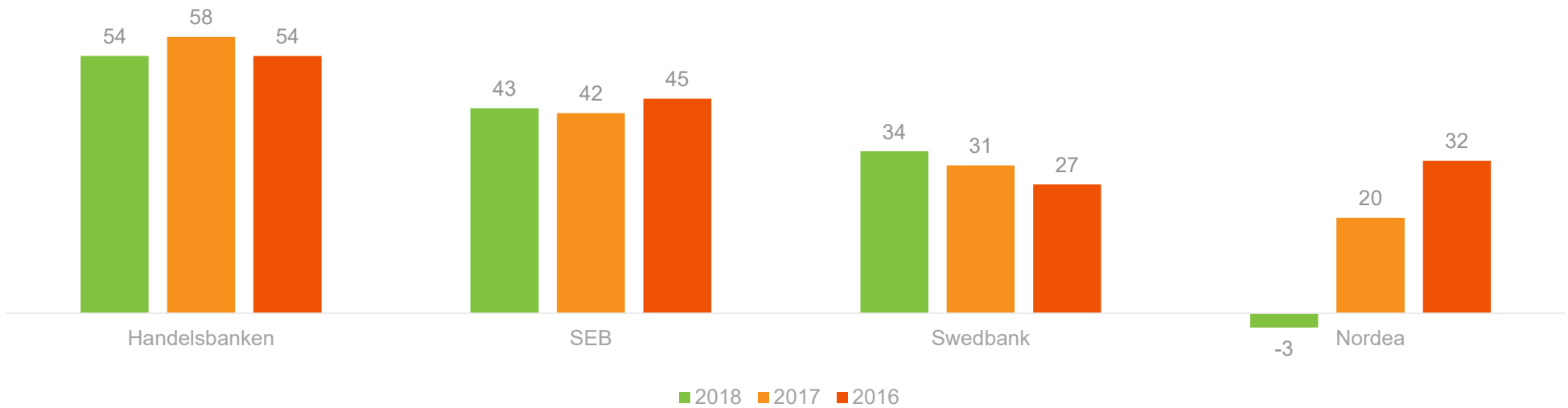
# Årets ranking vs 2017 – företag med 42 eller lägre anseende

Kantar Sifos Anseendeindex Företag 2018



## Storbankerna: Nordea tappar på egen hand

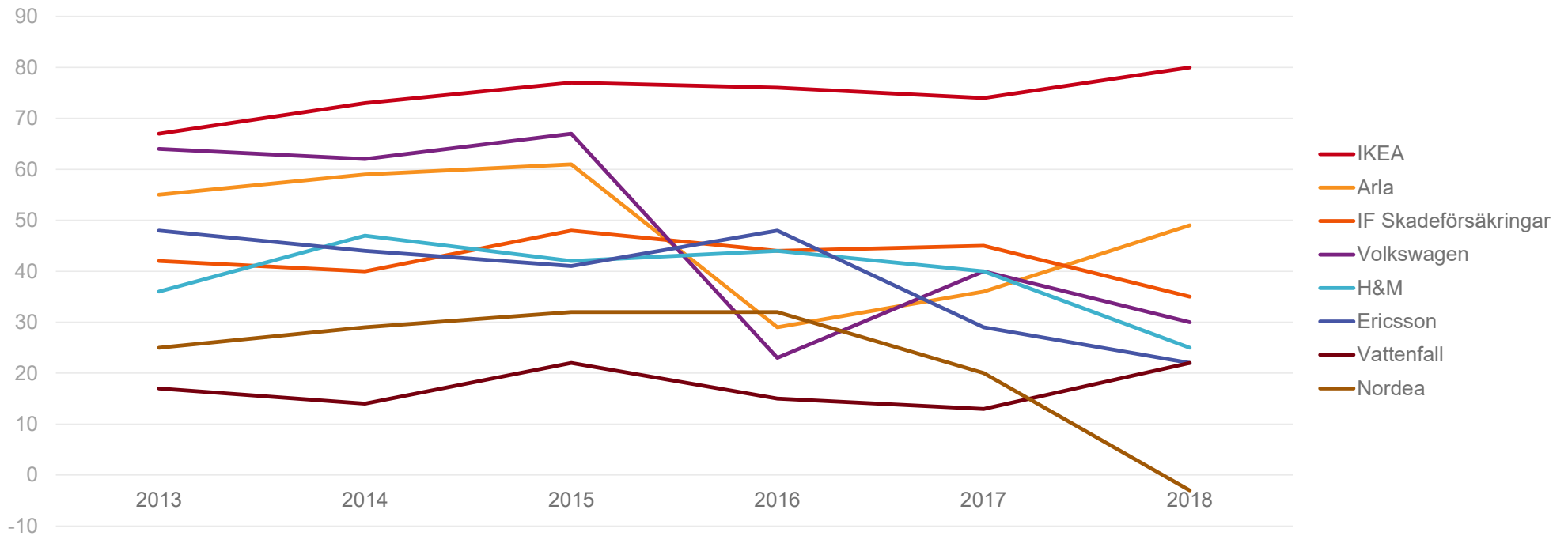
Kantar Sifos Anseendeindex Företag 2018





## Några företag under förändring i anseende hos allmänheten

Kantar Sifos Anseendeindex Företag 2018



## Modellen och frågorna bakom nyckeltalen



## Attribut i den fördjupade analysen

Vilka faktorer driver anseendet mer än andra? De är viktiga att känna till och arbeta med för att stärka anseendet.

I tillägg till analysen av anseendeindex erbjuder Kantar Sifo en fördjupad analys av respektive bolag. De faktorer eller attribut som ingår, är de som står listade på denna sida.

För mer information kontakta gärna oss, [Göran Celander](#) eller [Jonathan Wennö](#).

- Beundrar och respekterar
- Håller vad de lovar
- Miljömässigt hållbart samhälle
- Särskiljer sig
- Innovation och teknisk utveckling
- Produkter och tjänster – användning av
- Produkter och tjänster – värde för pengar
- Duglig företagsledning
- Förtroende för ledning
- Långsiktighet
- Tar vara på marknadsmöjligheter
- Nyskapande och framtidsinriktat
- Bra arbetsplats
- Bästa medarbetarna
- Stöd till kultur och idrott
- Samhällsansvar
- Etik och moral
- Viktig roll i samhället
- Hävdar sig i konkurrensen
- Internationell framgång
- Trovärdiga i media
- Synlig och känd ledning
- Bra på att berätta om sin verksamhet
- Välkänt varumärke
- Bra reklam
- Bidrar positivt till bilden av Sverige
- Stolt över att det är svenskt
- Företag jag gärna pratar om
- Öppen och transparent
- Företag jag gillar
- Lönsamt företag
- Arbetar för jämställdhet mellan män och kvinnor
- Bidrar till integrationen i samhället

# Genomförande

Undersökningen är baserad på 42 företag i sju branscher (bank & försäkring, detaljhandel, energi, telekom, fordon, snabbmatsrestauranger, resenäringen) 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 4 311 intervjuer och sammanlagt 17 494 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:** 8-21 mars 2018
- **Syfte:** Bygga egen kunskap kring vilka drivkrafter som bygger företags anseende i Sverige

**EM(3)** Röd text: kan automatiskt uppdateras?  
Ekblad, Mikaela (TSSTK); 2018-01-22

## Kontaktuppgifter



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

[goran.celanders@kantarsifo.com](mailto:goran.celanders@kantarsifo.com)



Jonathan Wennö  
Kantar Sifo  
Affärsområdeschef  
+46 8 50742174 Arbete  
+46 709 839574 Mobil

[jonathan.wenno@kantarsifo.com](mailto:jonathan.wenno@kantarsifo.com)