

# KANTAR

## Kantar Sifos Anseendeindex Företag 2020

Sub-heading goes here 18pt

Presenter name(s) here

Project reference here

Date here



Sifo

# I korthet – Kantar Sifos Anseendeindex Företag 2020

## 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.**

## Elfte årliga undersökningen

Anseendeindex Företag 2020 är Kantar Sifos elfte 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 AB Volvo i topp

**Ikea** och **AB Volvo** har högst anseende bland 49 testade företag med verksamhet i Sverige. **Scania** och **Volvo Cars** följer närmast på listan. Alla tre i topp ökar sen förra året. Det är inte omöjligt att den svenska kopplingen i företagen stöttar allmänhetens uppfattning i tider av oro.

## Anseendet 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 enereellt svårare att uppnå högt anseende.

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

Årets undersökning är genomförd under coronavirusets utbredning. En del resultat ter sig vara en effekt av orostider. Gamla traditionella företag i branscher där vi kräver stort samhällsansvar ökar på ett tydligt sätt. Det är inte omöjligt att vi lutar åt det "gamla och trygga" i orostider. Företag där samhällsansvaret är påtagligt ges extra skjuts.

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

## Ericsson fortsätter sin återhämtning

2020 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.

**Ericsson** har tagit sig ur en verksamhetskris. För andra året i rad återspeglas det i anseendet. Företaget ökar tydligt.

Flera av bankerna ökar efter fjolårets bottennoteringar. Såväl **Danske Bank** som **Nordea** ökar kraftigt, om än från låga nivåer.

Alla tre jättar i energisektorn ökar kraftigt. **Vattenfalls** stärkning är störst, men förbättringarna för **E.On** och **Fortum** är inte långt efter.

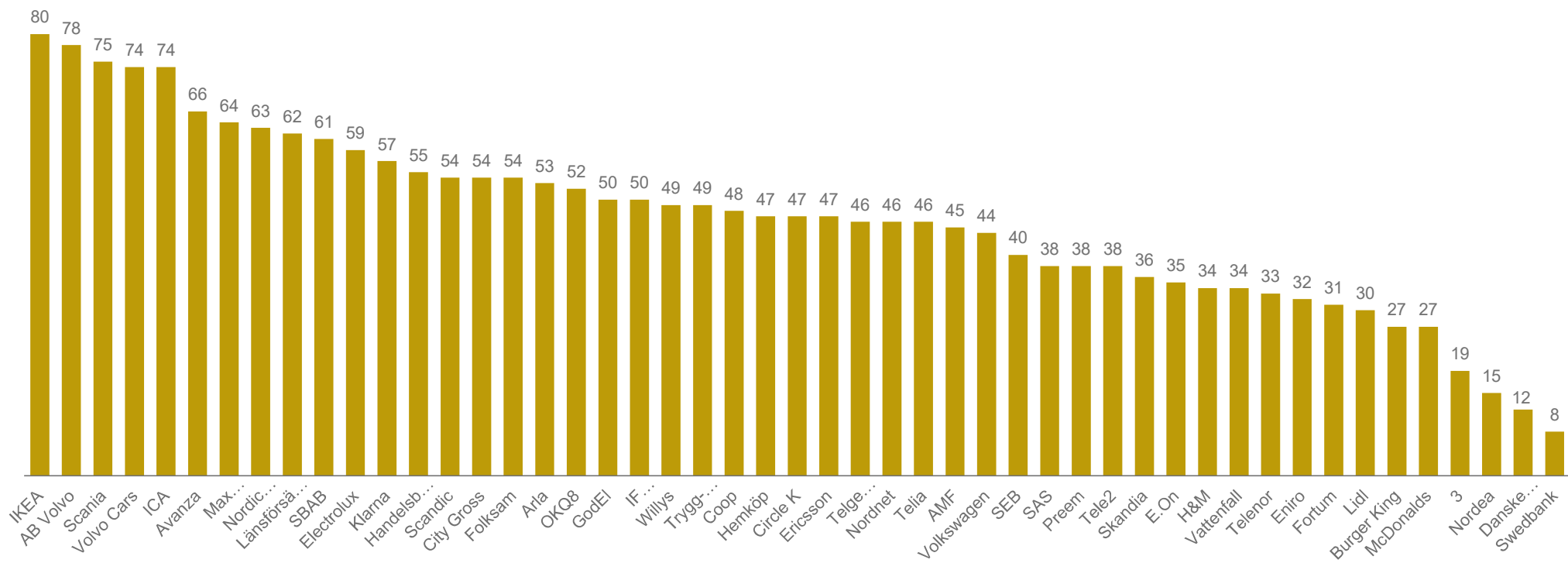
För de **aktörer som går in i kriser med ett svagt anseende blir utgången alltid värre**. Det är ett fullgott skäl att lyfta anseendet till affärsledningsnivå och arbeta strategiskt över tid med dess viktigaste byggstenar.

Ny på listan i år är banken **SBAB**. Företaget har ett högt anseende. Lite bättre än storbanksledaren **Handelsbanken**, men lite efter den nischaktören **Avanza**. Den statliga kopplingen hos SBAB behöver inte i orostider vara en nackdel. Något som vi andra år sett vara ett hinder.

Största tappet på årets lista står **Burger King** för. Vi ser inget signifikant tapp hos vare sig **McDonalds** eller **Max Hamburgare**. Den mediala negativa uppmärksamheten Burger King fått lär vara bakgrunden till anseendeförsämringen.

# Från IKEA till Swedbank

## Anseendeindex 2020



# Kantar Sifos Anseendeindex Företag 2020



## Fem i topp

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



## Största uppgångarna jämfört med 2019

- Danske Bank +15 punkter
- Vattenfall +14 punkter
- Ericsson +12 punkter
- E.On +11 punkter



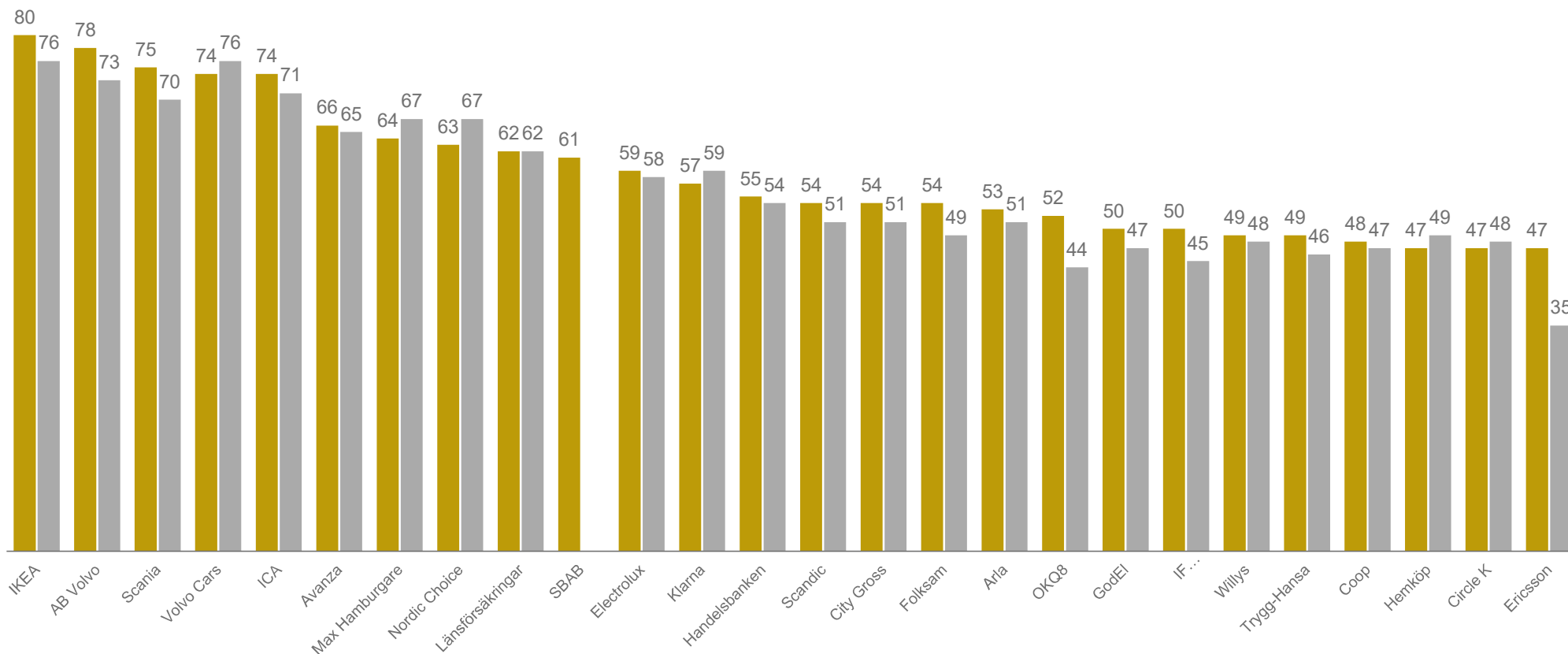
## Största nedgångarna jämfört med 2019

- Burger King -8 punkter

# Anseendeindex 2020 – bolagen med starkast anseende

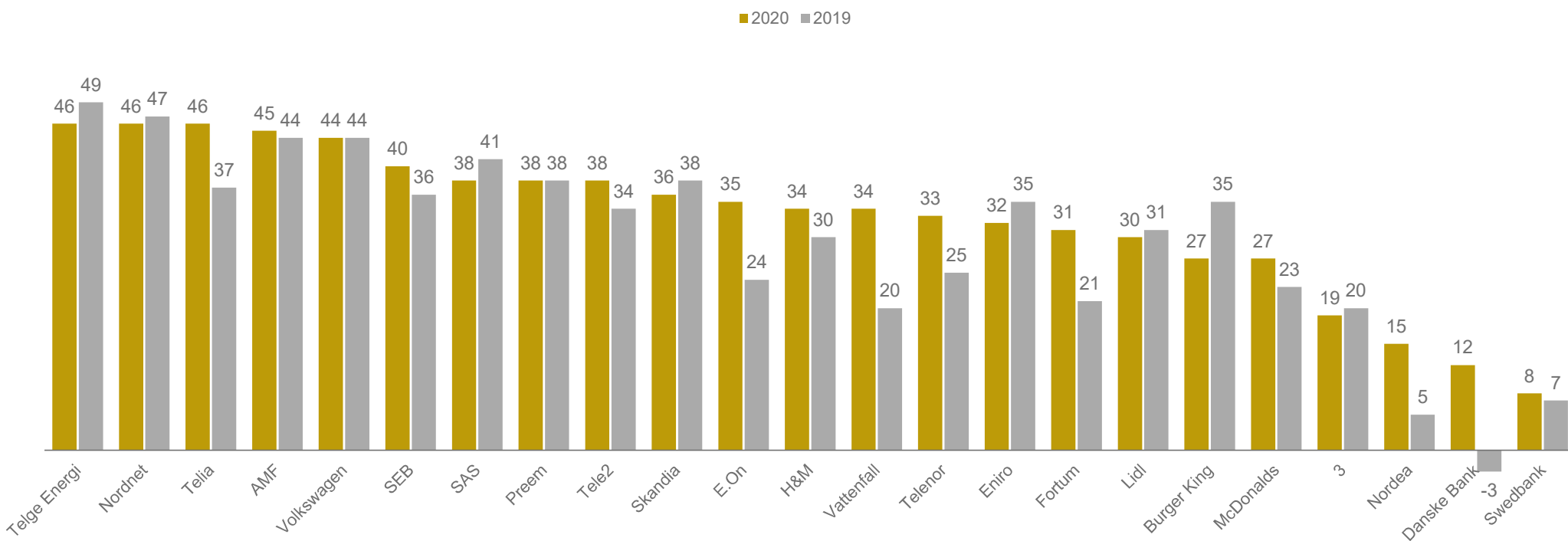
Jämförelse med 2019

■ 2020 ■ 2019



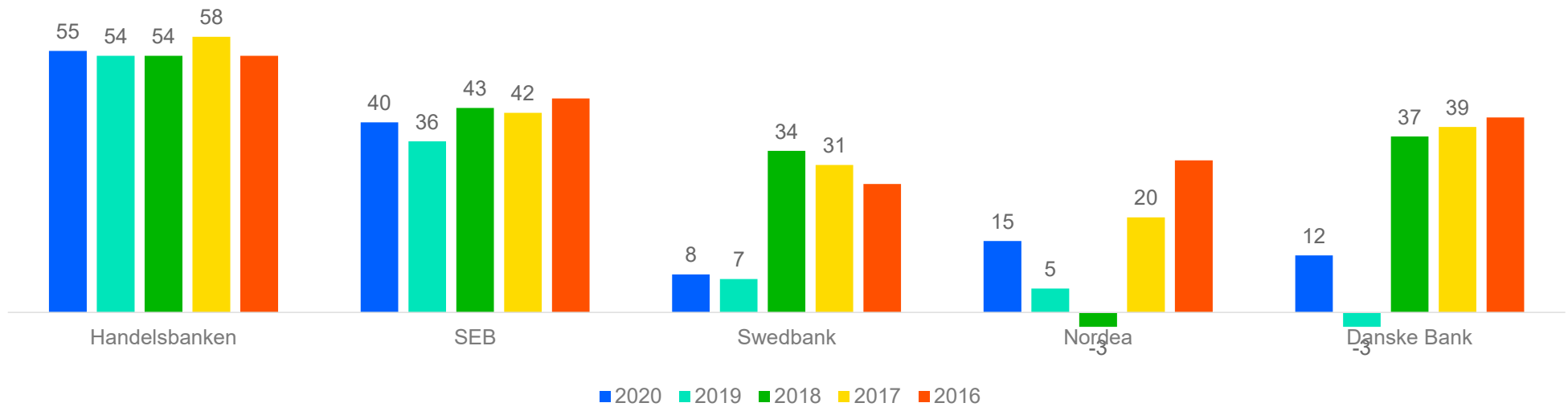
# Anseendeindex 2020 – andra halvan av listan

Jämförelse med 2019



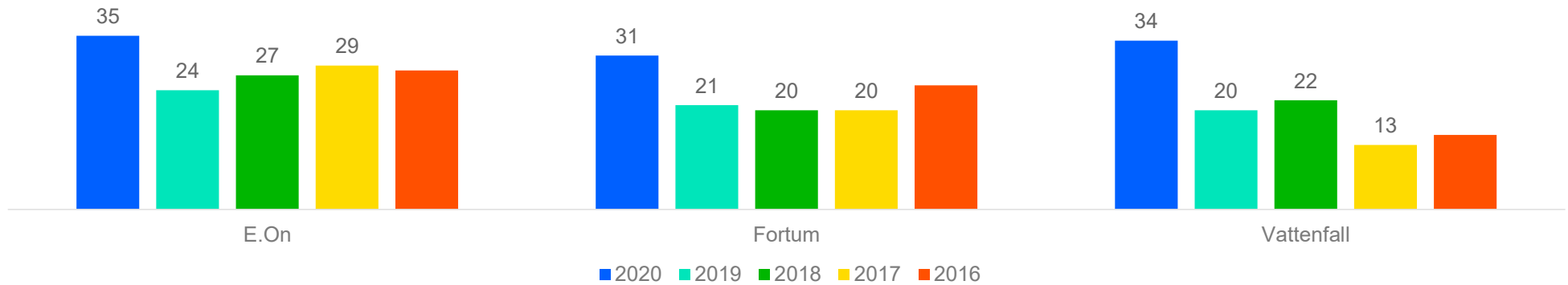
# Några turbulenta år för storbankerna

Kantar Sifos Anseendeindex Företag 2016 - 2020



# Energisektorns jättar stärks i år

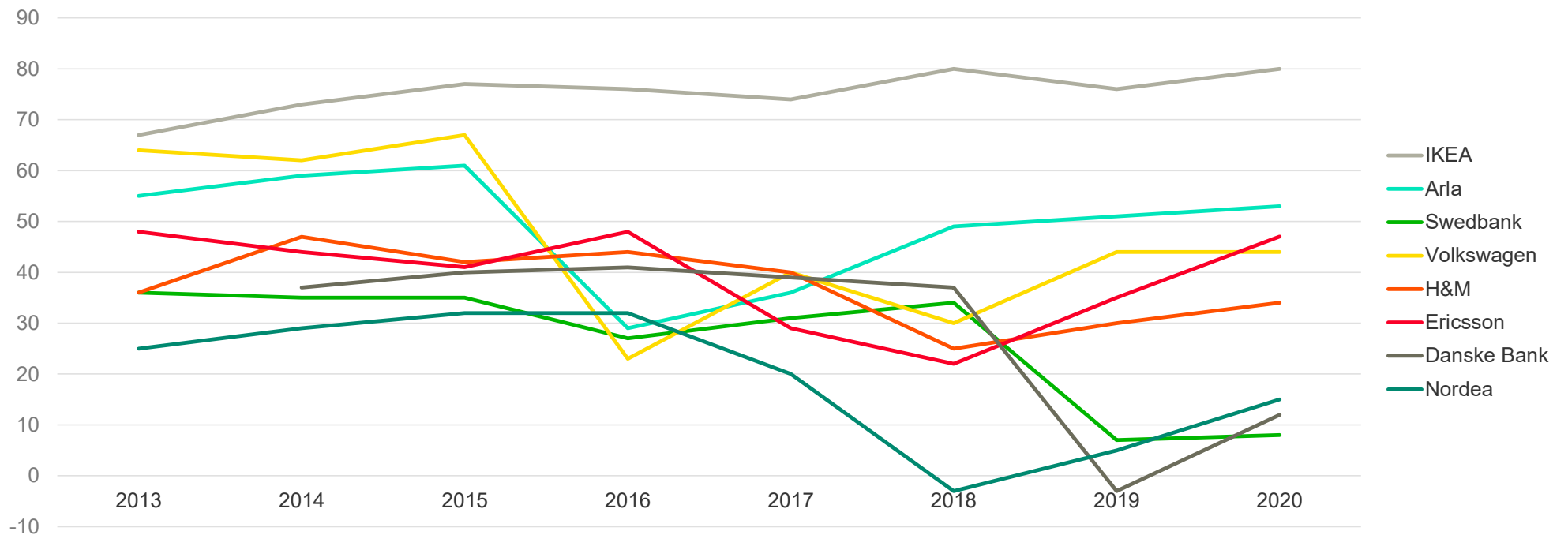
Kantar Sifos Anseendeindex Företag 2016 - 2020





# Några företag under förändring i anseende hos allmänheten under 10-talet

Kantar Sifos Anseendeindex Företag 2013-2020



## Kontaktuppgifter



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

[erik.lundbom@kantarsifo.com](mailto:erik.lundbom@kantarsifo.com)

# Genomförande

Undersökningen är baserad på 49 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 4500 intervjuer och sammanlagt 21 652 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:** 27 mars – 2 april 2020, för Nordnet, SBAB och Scania är fältperioden 17-21 april
- **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