

KANTAR

Kantar Sifo
Anseendeindex
Företag 2021

Erik Lundbom
20210426



Sifo

I korthet – Kantar Sifos Anseendeindex Företag 2021

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.**

Tolfta årliga undersökningen

Anseendeindex Företag 2021 är Kantar Sifos tolfte 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

AB Volvo och **Ikea** har högst anseende bland 52 testade företag med verksamhet i Sverige. **Ica** och **Avanza** följer närmast på listan. De båda i topp tappar lite sen förra året. Den finns olika skäl till att företag tappar i anseende ett år som detta. Det är dock inget orimligt antagande att pandemin har satt sina spår i hur företaget har haft möjlighet att vårda sina kundrelationer. Men också hur företag har hanterat permitteringsstöd och vinstutdelningar i ljuset av dessa kan ha påverkat allmänhetens bild.

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 generellt 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. Jämfört med i fjol är vi inte i början av pandemin, utan snarare mitt uppe i. Ifjol, vid pandemins start, kunde vi se att bilden stärktes något för trygga välkända svenska företagen. I år faller flera av dem tillbaka något.

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

I korthet – Kantar Sifos Anseendeindex Företag 2021

Finansaktörer återhämtar sig

2021 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.

Fyra företag i den finansiella sektorn står för årets starkaste förbättringar: **Swedbank, Danske Bank, Skandia** och **AMF**. Det finns säkert många och företagsunika skäl till återhämtningar. Men Swedbank och Danske Bank har gått igenom räfst och Rättarting efter tidigare kriser. Det går heller inte att utesluta att återhämtningen på börserna efter fjolårets ras ändå har hjälpt dessa aktörer, som hanterar mycket av fondsparares pengar.

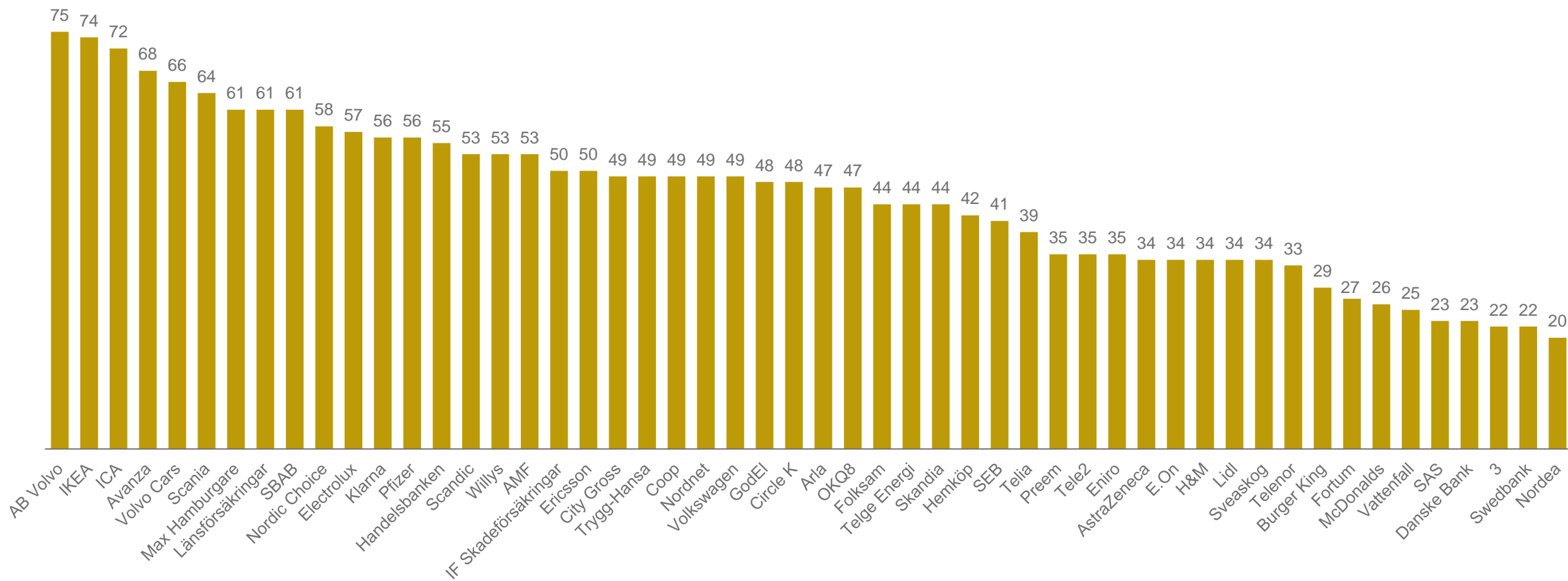
SAS och **Scania** har gått igenom stålbad i pandemins spår. I något fall har också mediala kriser tvingats hanteras, bortom pandemin. Att det märks i deras anseende är inte svårt att förstå. Båda faller relativt mycket.

Nya på listan i år är två läkemedelsföretag. De högaktuella vaccinproducenterna **Pfizer** och **AstraZeneca**. AstraZeneca har med sin svenska koppling egentligen bättre förutsättningar i Sverige för att ha ett gott anseende än Pfizer har. Men, negativ publicitet och kritik mot leveranser har påverkat AstraZeneca. Det är uppenbart. Pfizer har ett tydligt högre anseende än AstraZeneca och hamnar på den övre halvan i listningen.

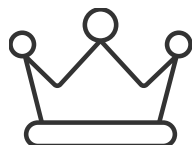
För de **aktörer som går in i kriser med ett svagt anseende blir utgången alltid värre**. Det är ett fullgott skäl att lyfta anseendet till affärsledningsnivå och arbeta strategiskt över tid med dess viktigaste byggstenar. AstraZeneca har till exempel med all säkerhet sin normala anseendenivå betydligt högre.

Från AB Volvo till Nordea

Anseendeindex 2021



Kantar Sifos Anseendeindex Företag 2021



Fem i topp

1. **AB Volvo**
2. **IKEA**
3. **ICA**
4. **Avanza**
5. **Volvo Cars**



Största uppgångarna jämfört med 2020

- **Swedbank** +14 punkter
- **Danske Bank** +11 punkter
- **Skandia** +8 punkter
- **AMF** +8 punkter

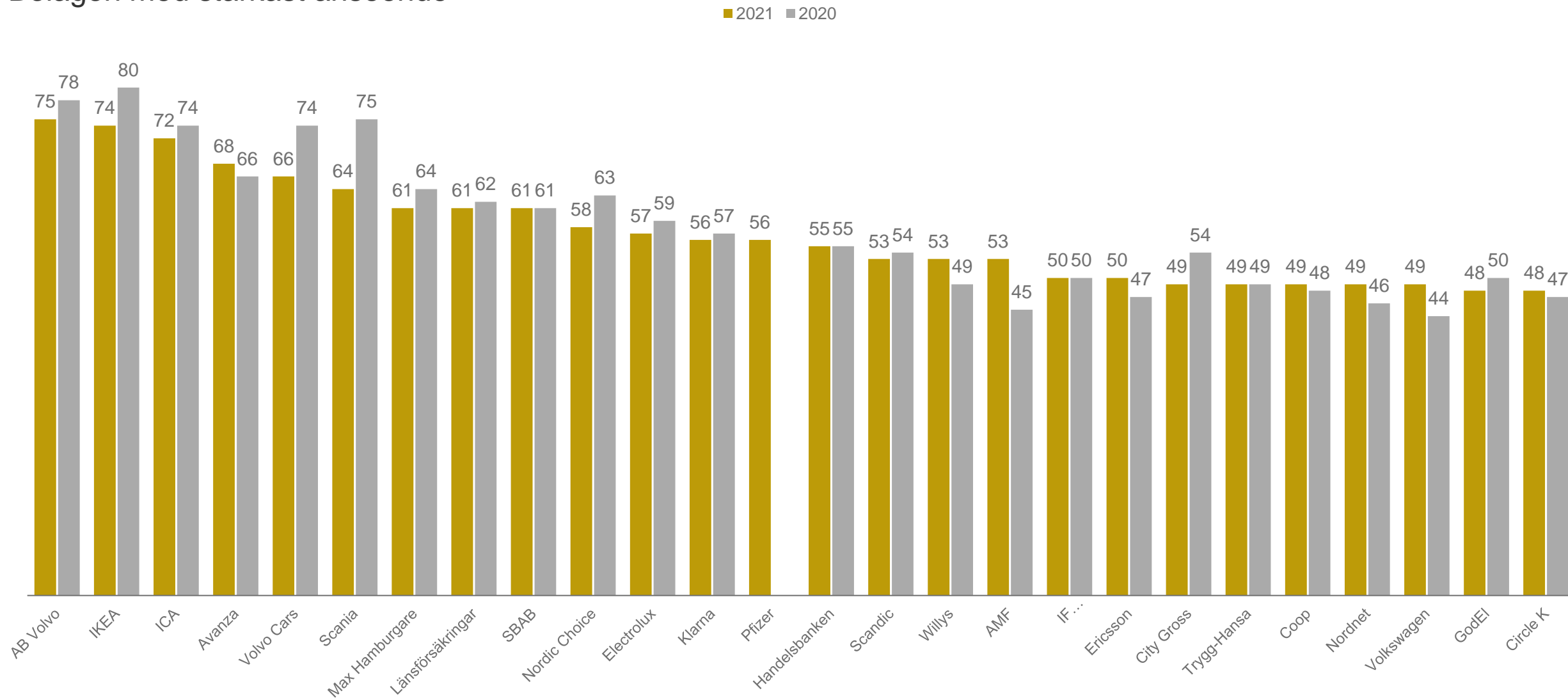


Största nedgångarna jämfört med 2020

- **SAS** -15 punkter
- **Scania** -11
- **Folksam** -10
- **Vattenfall** -9
- **Volvo Cars** -8

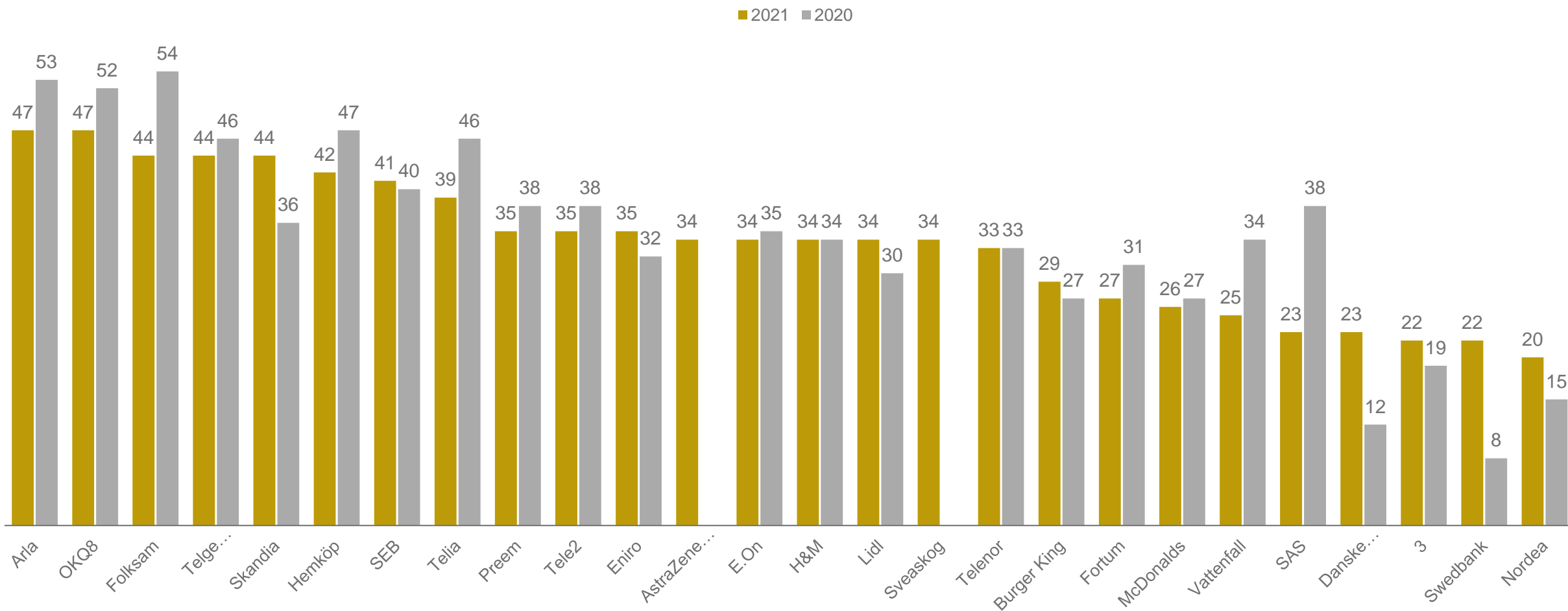
Anseendeindex 2021 – Jämförelse med 2020

Bolagen med starkast anseende



Anseendeindex 2021 – Jämförelse med 2020

Andra halvan av listan



Kontaktuppgifter



Erik Lundbom
Kantar Sifo | Client Director

T: +46 8 507 421 26

T: +46 733 14 77 26

E: erik.lundbom@kantar.com

Genomförande

Undersökningen är baserad på 52 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.

Syfte:

- Bygga egen kunskap kring vilka drivkrafter som bygger företags anseende i Sverige

Målgrupp:

- Den svenska allmänheten, 18-79 år

Datainsamlingsmetod:

- Webbaserad enkät

Fältperiod:

- 15-23 mars 2021

Urvalsram:

Kantar Sifos internetpanel för intervjuer med ett representativt urval av boende i Sverige, 18-79 år

- Totalt gjordes 7000 intervjuer och sammanlagt 27 918 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.

KANTAR

