

# KANTAR PUBLIC

Anseendeindex  
Företag



Erik Lundbom  
20220428

# I korthet – Kantar Public Anseendeindex Företag 2022

## Anseendet som framgångsfaktor

Kantars 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.**

## 13:e årliga undersökningen

Anseendeindex Företag 2022 är Kantars 13:e 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.

## Nytt företag i topp med toppnotering

För två år sedan gjordes intervjuerna för mätningen när corona-pandemin bröt ut. I år görs de **samtidigt som kriget i Ukraina**. Vi såg konsekvenser av pandemin både i anseendeindex för företag och myndigheter. I företagsmätningen stärktes många företag, särskilt de stora, trygga och statliga. I en kristid sluter man sig samman och söker trygghet.

Kriget i Ukraina påverkar resultaten mer indirekt för några företag, det handlar **om företagens agerande och närvaro i Ryssland**.

I år mäter vi för första gången **Systembolaget**, som belönas med en förstaplacering och **det högsta anseendet** ett företag har fått i anseendeindex sedan 2013\*. IKEA har varit i närheten vid två tillfällen, men Systembolaget har tre punkter högre anseende (83 mot IKEAs 80 åren 2018 och 2020).

Systembolagets rekordvärde motsvarades av en topposition i årets Förtroendebarameter (Medieakademins årliga mätning) och speglar sannolikt en **tilltro till monolet och bolagets service**. Det finns inte heller några spridda kritiska medievinklar för bolaget som kan dra ner anseendet.

## Apoteksbranschen i topp

På **"medalj-listan"**, 60 eller mer i anseende, finns ett antal **nykomlingar – Clas Ohlson, Spotify och de tre apoteksbolagen** som nu mäts. Det innebär också att apotek är en av branscherna med högst anseende. Det kan vara så att branschen gynnas av ett historiskt (tryggt) "monopol-anseende", kombinerat med lyhörddhet för trender kring kost/hälsa och e-handel.

Totalt sett finns det betydligt **fler ned- än uppgångar** i år. Uppgångarna är dessutom ofta av **comeback-karaktär** efter negativ publicitet. AstraZeneca återhämtar sig efter förra årets negativa vaccin-uppmärksamhet, med den största uppgången i år. Scania och Arla kommer tillbaka efter att förra året ha tappat ordentligt i och med uppmärksamhet i Uppdrag Granskning.

# I korthet – Kantar Public Anseendeindex Företag 2022

## Kriget i Ukraina påverkar

Den lite dova anseendestämningen hos allmänheten kan möjligen bero på en (medie)trötthet efter två års corona och nu ett krig i vår närhet. Det är också uppenbart att kriget i Ukraina fick många företag att **hålla inne med PR-utspel** under det som är anseendeindex intervjuperiod.

Sedan finns det också tydliga kopplingar mellan kriget och anseendet för en del företag. **IKEAs och H&Ms verksamhet i Ryssland** påverkades och båda dessa tappar i anseende. Det är också två varumärken där verksamhet och anseende förmodligen har påverkats negativt under corona-krisen med restriktioner för butiksbesök.

Årets **största nedgång** svarar **Ericsson** för. Mätningen genomfördes under en period när mediebevakningen av mutanklagelserna var intensiv. Det innebär att Ericssons positiva trend sedan 2018 nu bröts och man är nästan tillbaka på samma låga värde som då.

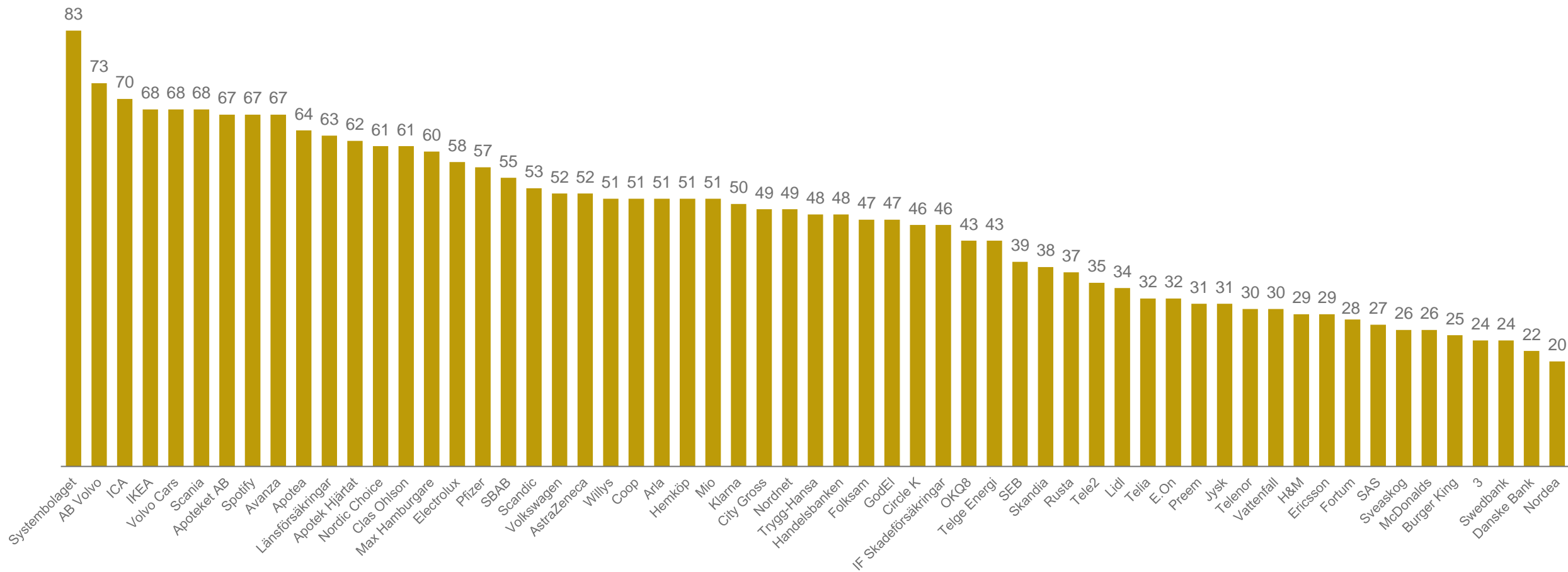
## Sämrre för finansaktörerna

Förra årets positiva trend för finansaktörerna bryts nu. Många aktörer **tappar eller står still**, endast Swedbank ökar svagt från ett redan lågt anseende. Detta trots fortsatt uppmärksamhet kring den förra ledningen. Det kan möjligen uttrycka trötthet hos mediekonsumenterna och en svårighet att hänga med i alla turer. Med nedgångar för Handelsbanken och SBAB plattas branschen ihop anseendemässigt. Det är sannolikt viktigt att särskilja sig och framstå som en trygg aktör i en stormig tid med diskussioner kring inflation och räntehöjningar.

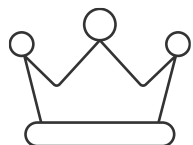
I toppen är det, förutom IKEAs nedgång och Systembolagets triumf **små rörelser för Volvo-bolagen och ICA**. Sistnämnda företag hade delvis under perioden uppmärksamhet för en "insiderhärva". Den verkar dock inte ha någon större påverkan på ICA, möjligen ett tecken på att starka varumärken är delvis immuna mot negativa skrivelser.

# Från Systembolaget till Nordea

## Kantar Public Anseendeindex 2022



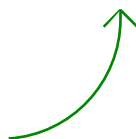
# Kantar Public Anseendeindex Företag 2022



---

## Fem i topp

1. Systembolaget
2. AB Volvo
3. ICA
4. IKEA, Scania, Volvo Cars



---

## Största uppgångarna jämfört med 2021

- AstraZeneca +18 punkter
- Hemköp +9 punkter
- Vattenfall +5 punkter



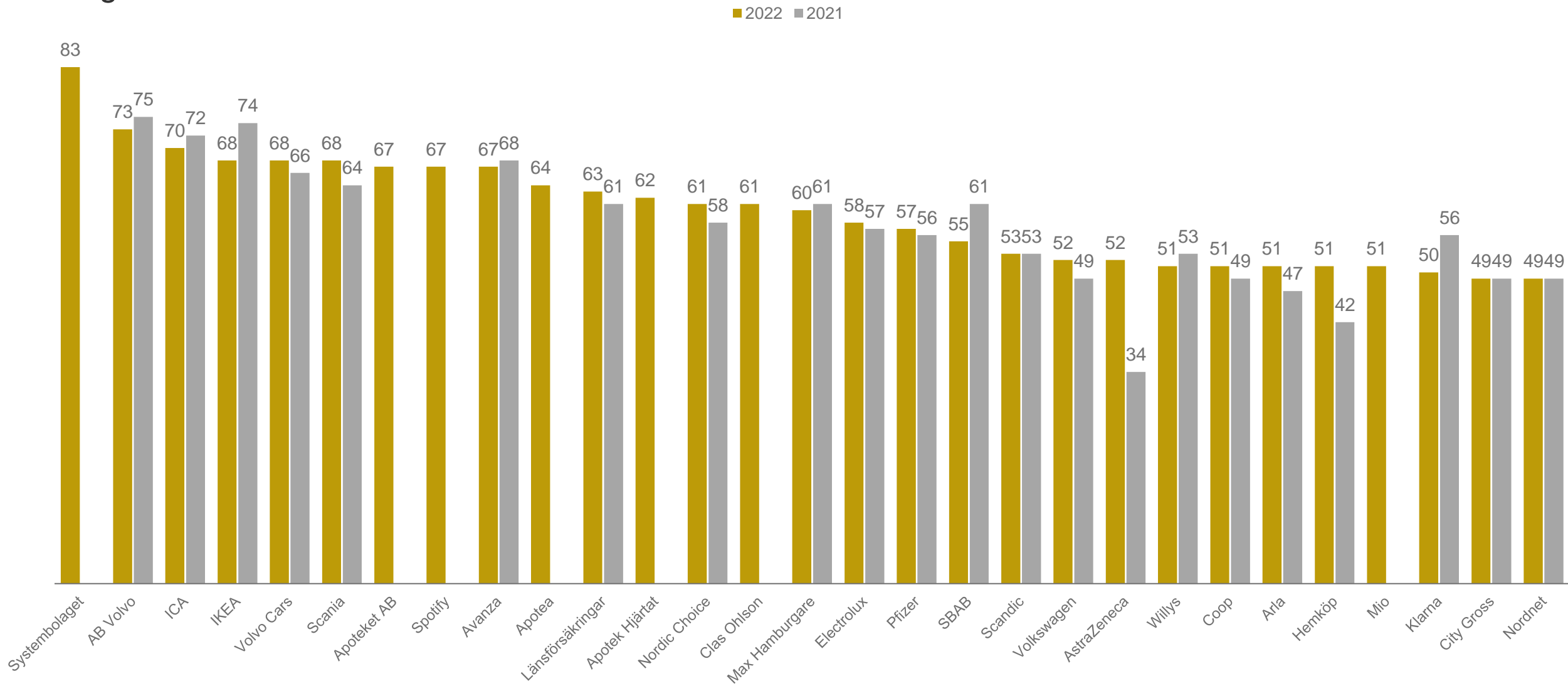
---

## Största nedgångarna jämfört med 2021

- Ericsson -21 punkter
- Sveaskog -8
- Handelsbanken -7
- Telia -7
- SBAB -6
- IKEA -6
- Skandia -6

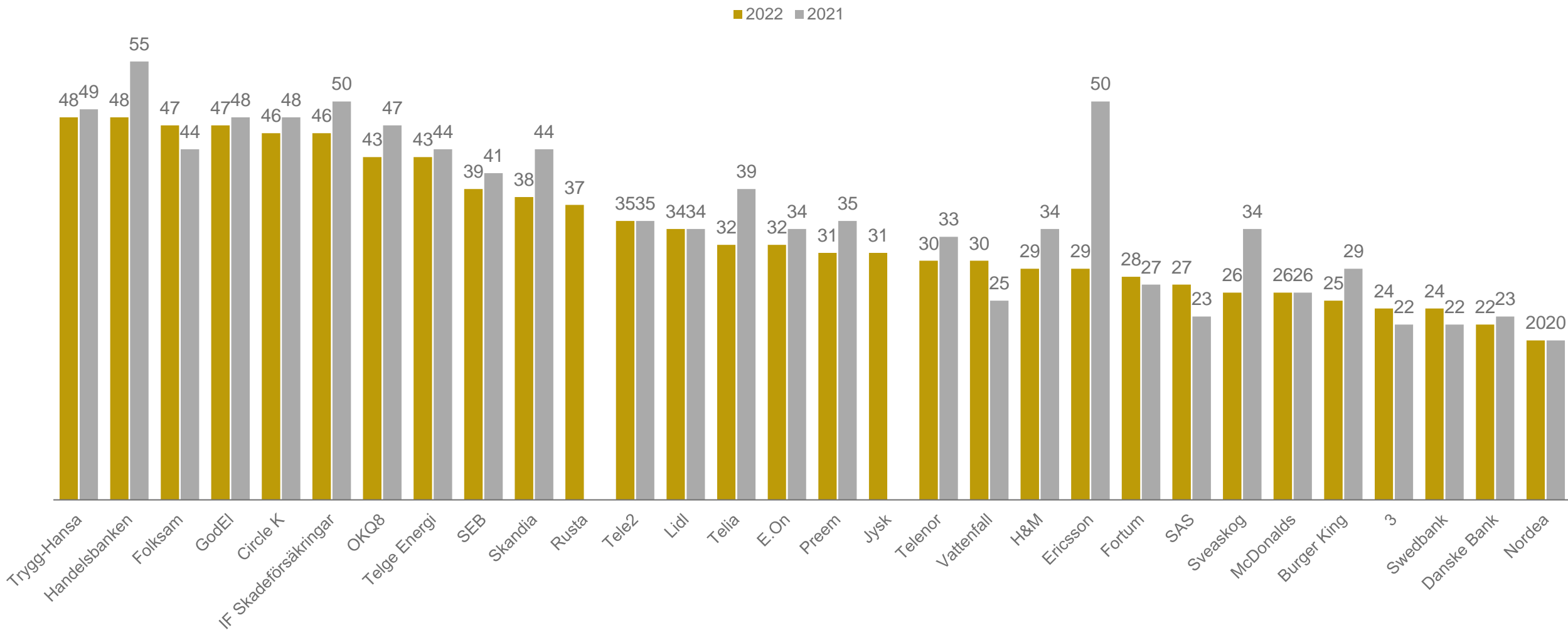
# Kantar Public Anseendeindex 2022 – Jämförelse med 2021

## Bolagen med starkast anseende



# Kantar Public Anseendeindex 2022 – jämförelse med 2021

Andra halvan av listan



# Kontakt

---



**Erik Lundbom**  
Kantar Public | Client Director/Senior konsult

T: +46 8 507 421 26

T: +46 733 14 77 26

E: [erik.lundbom@kantarc.com](mailto:erik.lundbom@kantarc.com)



# Genomförande

Undersökningen är baserad på 59 företag i tio branscher.

Företagen är valda utifrån att de är välkända, synliga 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:**

9 mars – 4 april 2022

## **Urvalsram:**

Kantar Public Sifopanel för webbintervjuer med ett representativt urval av boende i Sverige, 18-79 år

- Totalt gjordes 14 000 intervjuer och sammanlagt 56 000 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

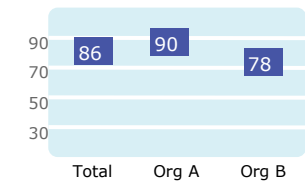
# Modellen och frågorna bakom nyckeltalen

## Anseende

---

1	Övergripande värdering	Allmänt rykte
2	Personligt intryck	Känslomässig samhörighet
3	Tillit	
4	Kvalitet i företagets produkter och tjänster	Företagets kompetens
5	Framgång	

### Anseendeindex



- Alla företag ges ett resultat på en 200-gradig skala
- Teoretiska extremvärden: från -65 till +135
- Spännvidd i årets undersökning: från 20 till 83