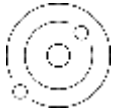


KANTAR PUBLIC

**Klimatindex Företag
2022**



Klimatindex Företag 2022



Klimatindex bygger på två av varumärkesattributen i Kantar Publics årliga undersökning "Anseendet för svenska företag":

- arbeta för ett miljömässigt hållbart samhälle
- arbeta med att minska sitt klimatavtryck



I korthet – Kantar Public Klimatindex Företag 2022

Klimat som hygienfaktor eller anseendekritiskt

För första gången har Kantar Public med utgångspunkt i de två frågorna om hur bra företag är på att "arbeta med att minska sitt klimatavtryck" och "arbeta för ett miljömässigt hållbart samhälle" tagit fram ett klimatindex.

Sammantaget är det knappt hälften av den svenska allmänheten som **överhuvudtaget** kan bedöma om företagen gör ett bra eller dåligt jobb gällande sitt miljö- och klimatarbete. Andelen som svarar vet ej ligger mellan 50 och 60 procent. Det finns **alltså en utmaning för företagen att bli bättre på att berätta om deras klimatarbete**.

När allmänheten får betygsätta företagens arbete för att minska sitt klimatavtryck och för ett hållbart samhälle på en skala från ett till fem hamnar snittbetygen på 2,6 respektive 2,7. Totalt sträcker sig betygen för de 35 faktorerna från 3,5 till 2,1. **Arbetet på miljö- och klimatområdet betygsätts alltså sämre än många andra områden**.

De två klimatfaktorerna har också, kanske något överraskande, **totalt sett en mindre påverkan på anseendet än flertalet andra faktorer**.

22 faktorer har en större påverkan än "arbeta för ett miljömässigt hållbart samhälle", och "arbeta med att minska sitt klimatavtryck" placerar sig ännu längre ned. Det är bara fyra faktorer av de 35 som har mindre påverkan. (se sid 10 för vilka faktorer vi mäter)

Det finns således **en hel del att göra både för att synliggöra och kommunicera klimatfaktorerna och höja "betygen"**. Men, det finns också skillnader mellan olika företag, som vårt klimatindex visar.

Northvolt i topp

Northvolt rankas högst i klimatindex, tätt följt av Systembolaget. Resultatet totalt visar **en mindre differentiering än vi ser för anseendeindex**. För det senare var spännvidden mellan högsta och lägsta värde 83 till 20. I klimatindex går det från 56 till 24. Det kan ha att göra med **svårigheten att bedöma företagen på dessa faktorer**.

Topplistan visar på några viktiga aspekter för att nå ett högt index. Dessa är främst; **en verksamhet med fokus på hållbarhet (Northvolt), högt anseende kan ge "gratis" skjuts (Systembolaget), tydlig profil och tydligt namn (GodEi), en verksamhet som har stor positiv klimatpåverkan (SJ), en tydlig kommunikation för att visa på hållbarhet (Max Burgers) samt mediala företrädare (Nordic Choice)**.

Omvänt finns det ett antal aspekter som förenar de företag som placerar sig i botten av listan; **en bransch med negativ klimatimage (drivmedel), en negativt upplevd mediebild med viss koppling till hållbarhet (H&M), en verksamhet med negativ klimatpåverkan (SAS), verksamhet i en bransch där klimataspekten betyder lite (Nordea med flera banker)**.

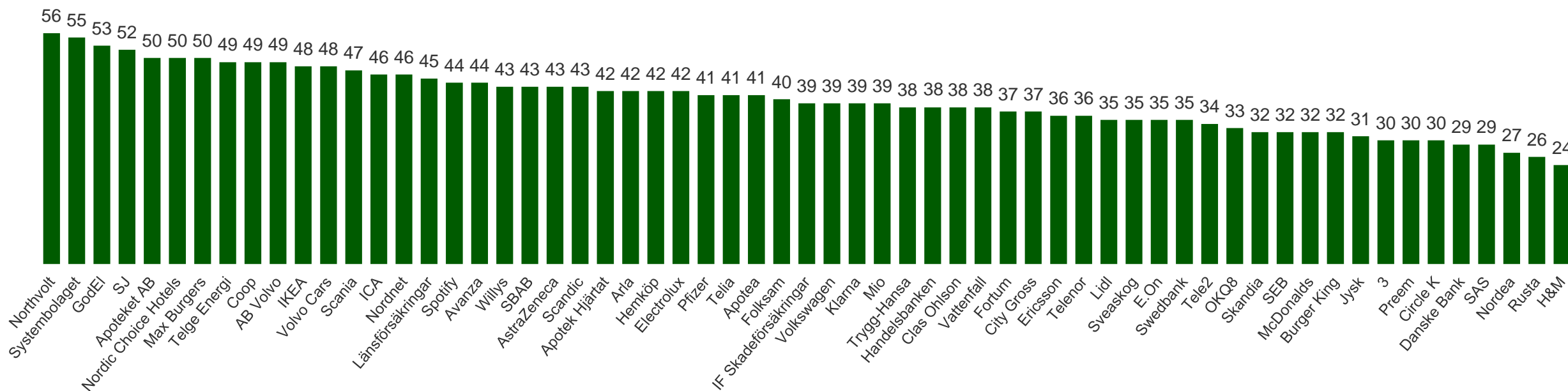
Sammantaget visar detta att det **finns stora möjligheter att påverka sitt klimatindex, genom verksamhet och kommunikation**. Men också att en branschkontext snarare kan tynga än underlätta.

Vi ser också **mediebildens stora påverkan**, till exempel publicitet om Northvolts nya fabriker eller SJs nattåg utanför Sveriges gränser. Eller hur den tynger när det gäller SAS eller Preem. När vi också mäter **vilka kontaktytor** allmänheten bygger sin bedömning på ser vi **den stora betydelse som nyheter i media har**.

Från Northvolt till H&M

Klimatindex Företag 2022

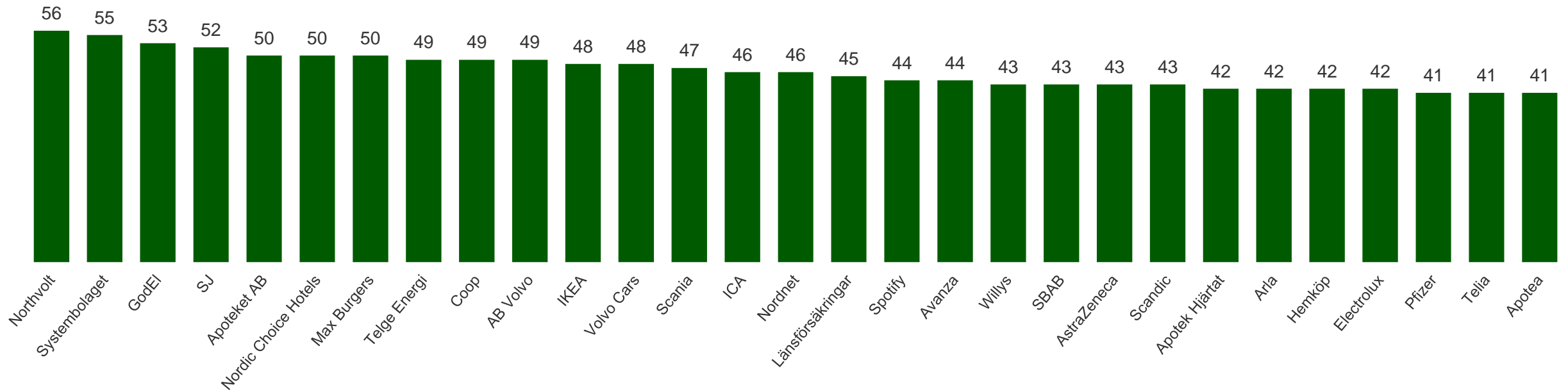
Genomsnitt totalt: 40



Övre halvan av företag

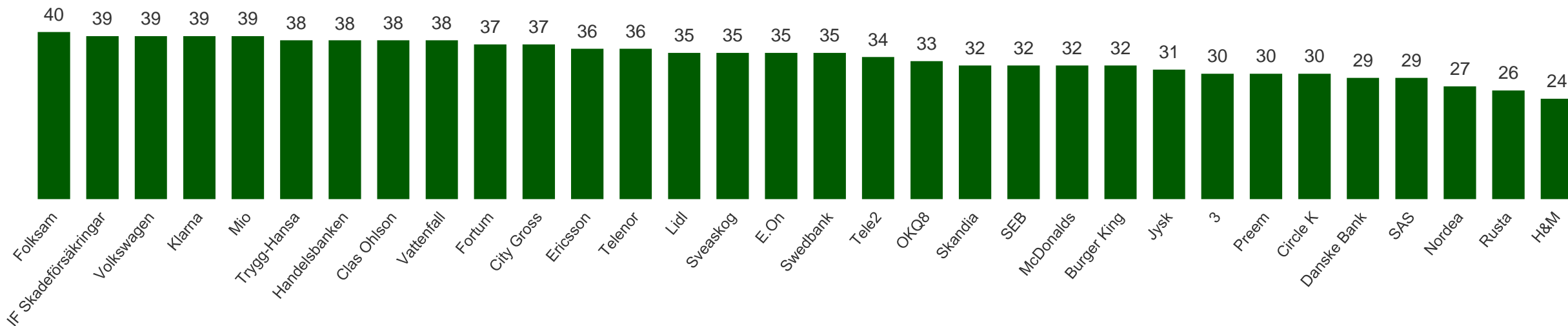
Klimatindex Företag 2022

Genomsnitt totalt: 40



Nedre halvan av företag

Klimatindex Företag 2022



Skillnaderna mellan olika branscher

Klimatindex Företag 2022

	Fordon	46
—	Övrigt	46
	Apotek	45
	Livsmedel/dagligvaruhandel	44
	Resenäringen	43
	Energibolag	42
	Bank/Försäkring	38
	Restaurang	38
	Telecom	36
	Detaljhandel	35
	Drivmedel	31

Kontakt



Erik Lundbom
Kantar Public | Client Director/Senior konsult

T: +46 8 507 421 26

T: +46 733 14 77 26

E: erik.lundbom@kantar.com

Genomförande

Undersökningen är baserad på 61 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

Anseendeindex: Faktorerna som driver ert anseende

Anseendeindex Företag 2022

Vilka faktorer driver ert anseende?

Inom fyra områden mäter vi hur allmänheten betygsätter er och hur samma fråga samverkar med ert anseende:

1. Den goda samhällsmedborgaren
2. Kommunikation och varumärke
3. Konkurrenskraft och framgång
4. Arbetsgivaren

Den goda samhällsmedborgaren

- en verksamhet som jag beundrar och respekterar?
- en verksamhet som håller vad de lovar?
- upprätthålla etik och moral?
- öppet och transparent med hur man arbetar?
- arbeta för ett miljömässigt hållbart samhälle? *
- arbeta med att minska sitt klimatavtryck?*
- visa samhällsansvar överallt där de verkar?
- spela en viktig roll i samhället?
- tänka och handla långsiktigt?
- arbeta för jämställdhet mellan män och kvinnor?
- bidra till integrationen i samhället?

Kommunikation och varumärke

- ge stöd till kultur och idrott (inkluderat sponsring)?
- framstå som trovärdiga i media?
- bra på att berätta om sin verksamhet?
- ha ett välkänt varumärke?
- marknadsför sig på ett sätt jag gillar?
- ett företag jag gärna pratar om?
- ett företag jag gillar?
- har kunniga experter eller rådgivare?

Konkurrenskraft och framgång

- satsa på innovation, digitalisering och teknisk utveckling?
- nyskapande och framtidsinriktat?
- särskilja sig från andra företag?
- hävda sig i konkurrensen med andra företag?
- en verksamhet med internationell framgång?
- ett lönsamt företag?
- erbjuda produkter och tjänster som kunderna verkligen har användning av?
- erbjuda produkter och tjänster som ger bra värde för pengarna?
- ta vara på marknadsmöjligheter?
- ett företag som bidrar positivt till bilden av Sverige?
- ett företag som jag är stolt över att det är svenskt?

Arbetsgivaren

- ha en dugglig företagsledning?
- ha en ledning jag har förtroende för?
- ha en synlig och känd ledning?
- framstå som en bra arbetsplats?
- locka de bästa medarbetarna?

*Faktorer som ligger till grund för Klimatindex.