



MYNDIGHETERNAS
ANSEENDE 2018
DEN SAMHÄLLELIGA GULDRESERVEN

KANTAR SIFO

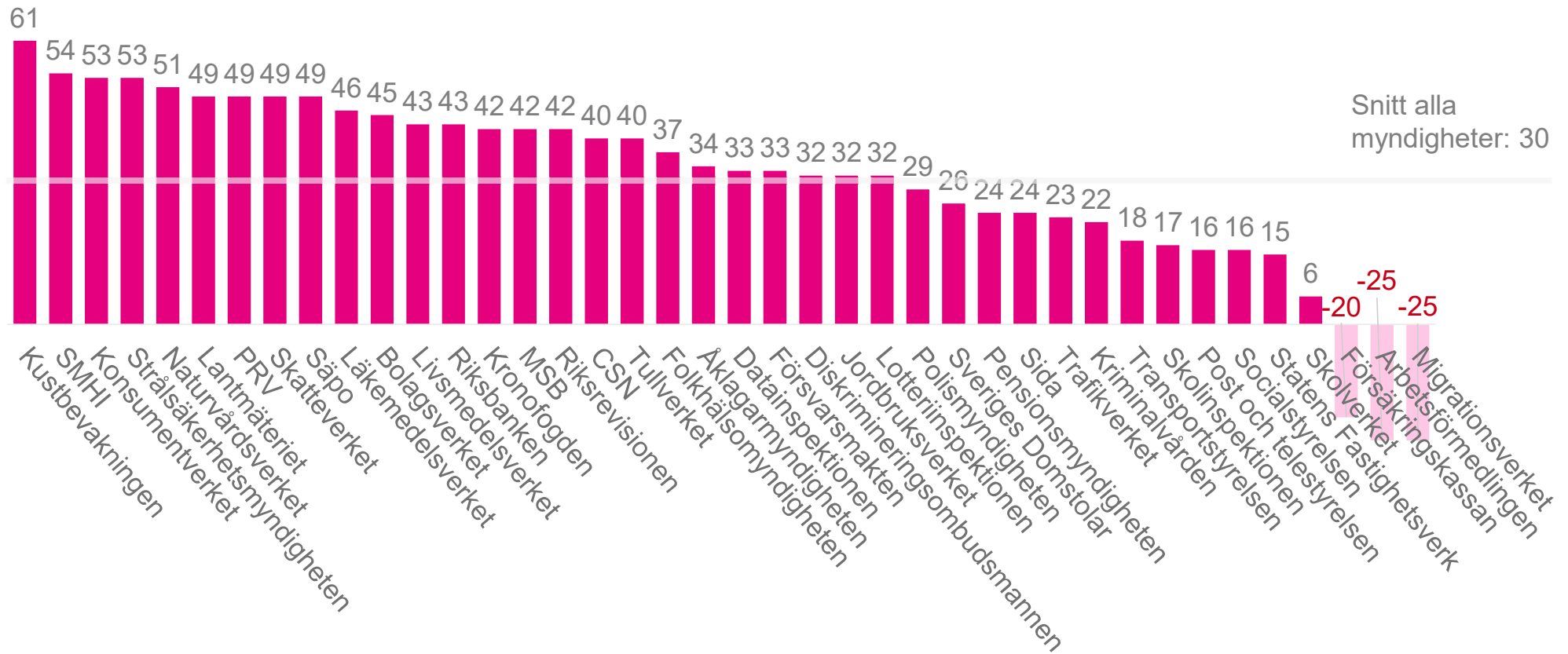
[#kantarsifo](#)



Ett anseendeindex över 50 är ett högt anseende för myndigheter. 2018 stämmer det på följande:








- Kustbevakningen
- SMHI
- Konsumentverket
- Strålsäkerhetsmyndigheten
- Naturvårdsverket

Årets ranking: Kantar Sifos Anseendeindex för myndigheter 2018



Myndigheterna vars anseende förändrats mest under det senaste året

Fem stegs förändring eller mer – Kantar Sifos Anseendeindex för myndigheter

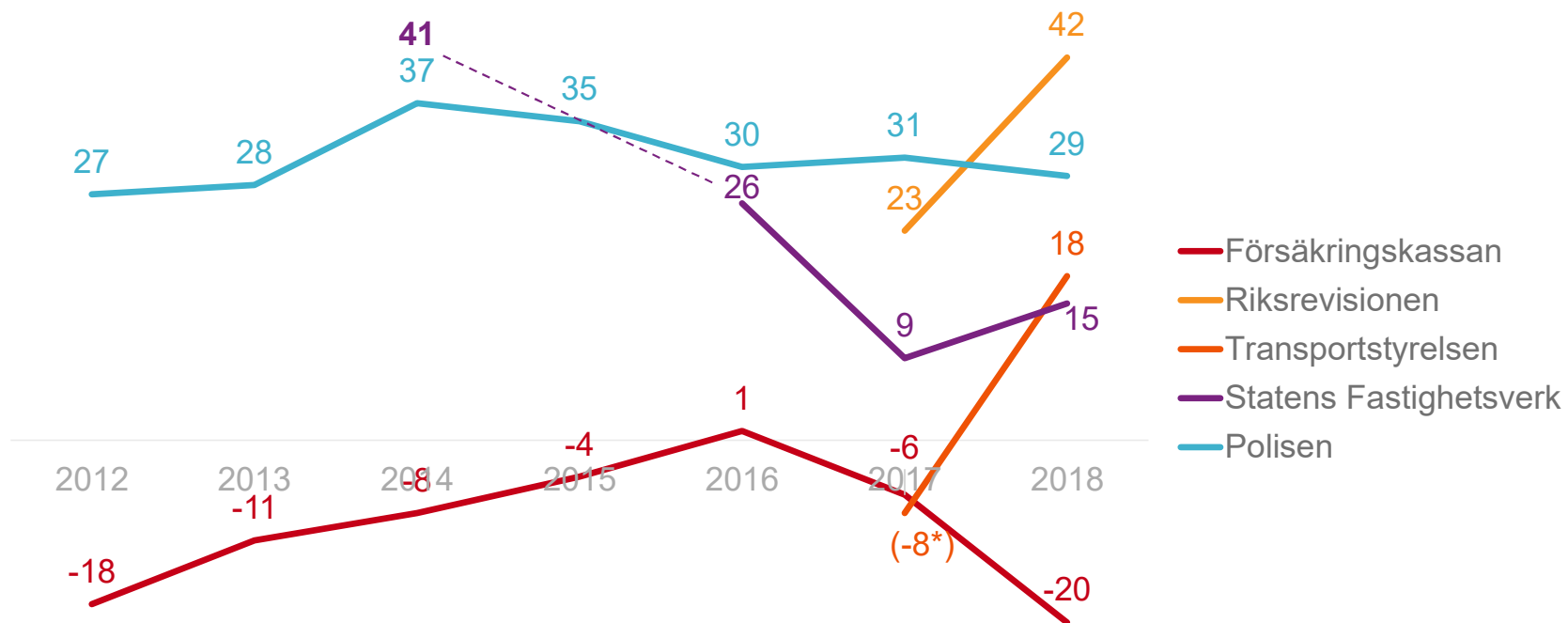
		2017	2018		2017	2018
SMHI		49	→ 54	Jordbruksverket		37 → 32
Statens Fastighetsverk		9	→ 15	Trafikverket		32 → 23
Arbetsförmedlingen		-30	→ -25	Försäkringskassan		-6 → -20
Riksrevisionen		23	→ 42			



SMHI

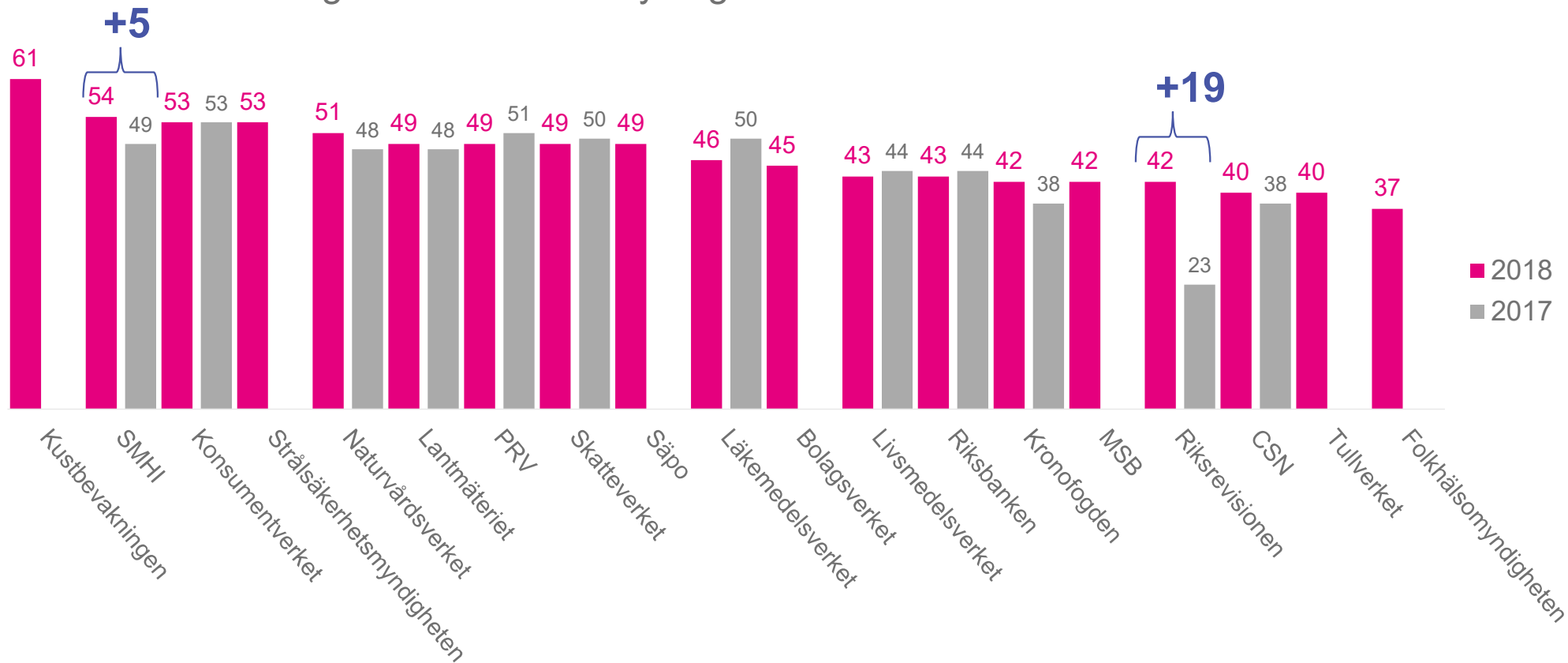


Stora förändringar över tid – några myndigheter i fokus



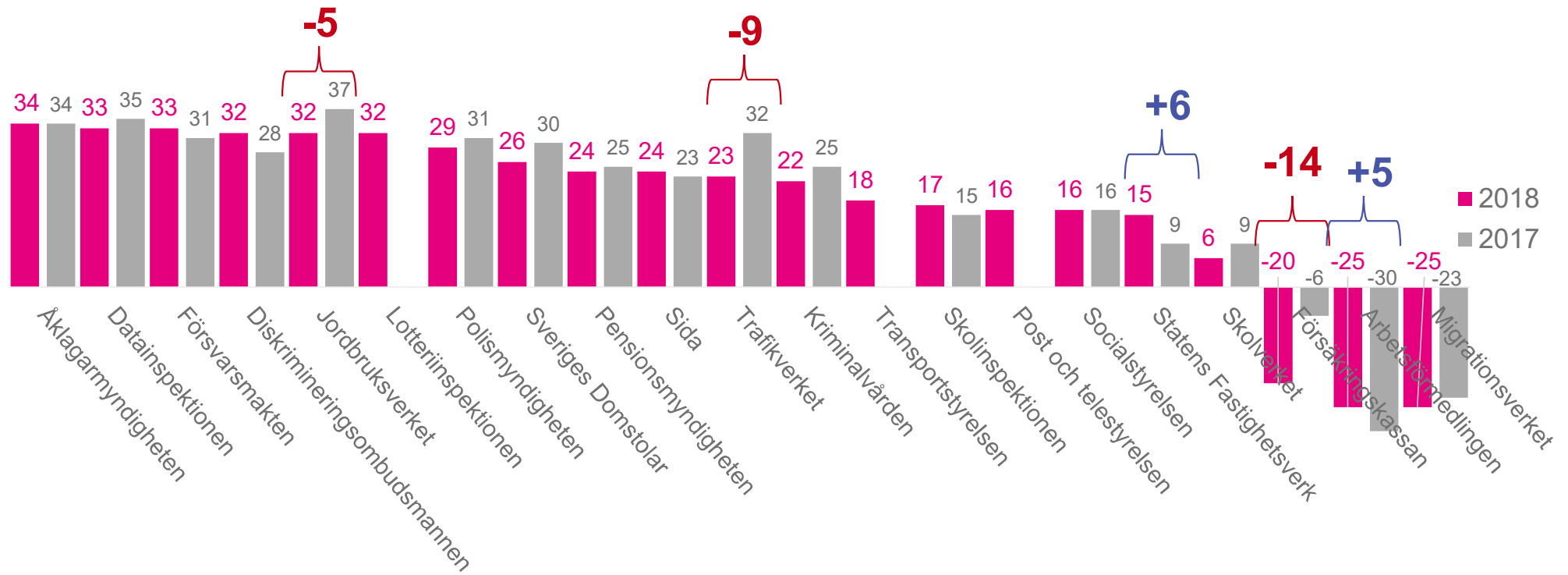
Jämförelse av myndigheternas anseende 2018 vs 2017

Från Kustbevakningen till Folkhälsomyndigheten ...



Jämförelse av myndigheternas anseende 2018 vs 2017

... och från Åklagarmyndigheten till Migrationsverket

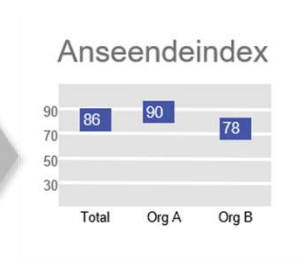


Anseende mäter både känslomässig samhörighet och kompetens

Fem frågor mäter tre områden och bygger ett robust index

Anseende

1	Övergripande värdering	Allmänt rykte
2	Personligt intryck	Känslomässig samhörighet
3	Lita på	
4	Kvalitet i tjänster och produkter	Organisationens kompetens
5	Framgång	



Att sätta medborgarens
upplevelse och kunskap i fokus
och försöka förstå vad
medborgaren sätter värde på.

Tillitsdelegationen, SOU 2018:47

Checklista: Det här är avgörande för alla myndigheters anseende

- Hög kännedom (välkänd vs felkänd)
- Ansvarsområde i (politiska) hetluften
- Levererar på sitt (upplevda) uppdrag
- Otydligt eller tvetydigt namn
- Negativ mediebild
- (Mediala) kriser som når ledningsnivå

Viktigaste *generella* drivkrafterna för svenska myndigheters anseende

neutral
drivkraft

- Hålla vad man lovar
- Effektiva i sin verksamhet
- Trovärdiga i media
- God servicenivå
- Likvärdig behandling
- Visar handlingskraft



- Duktiga medarbetare
- Upprätthåller etik och moral

svaghet

- Förtroendet för ledningen
- Myndigheten lyssnar på kunder och uppdragsgivare



... men dessa är inte drivkrafter för alla myndigheter

Exempel från Kustbevakningen – och vad som inte är anseenderrelevant



neutral

Håller vad de lovar

drivkraft

Ledning med förtroende



styrka

Effektiva i sin verksamhet

Trovärdiga i media

svaghet

-

Sett till anseendet är det mindre kritiskt för Kustbevakningen att ...

- vara nyskapande, framtidsinriktade
- använda sociala medier, webb & appar för synlighet och tillgänglighet
- bidra till integrationen i samhället
- anpassa sig efter individer med olika behov



neutral

Upprätthåller etik & moral

Effektiva i sin verksamhet

drivkraft

Håller en god servicenivå



styrka

Har duktiga medarbetare

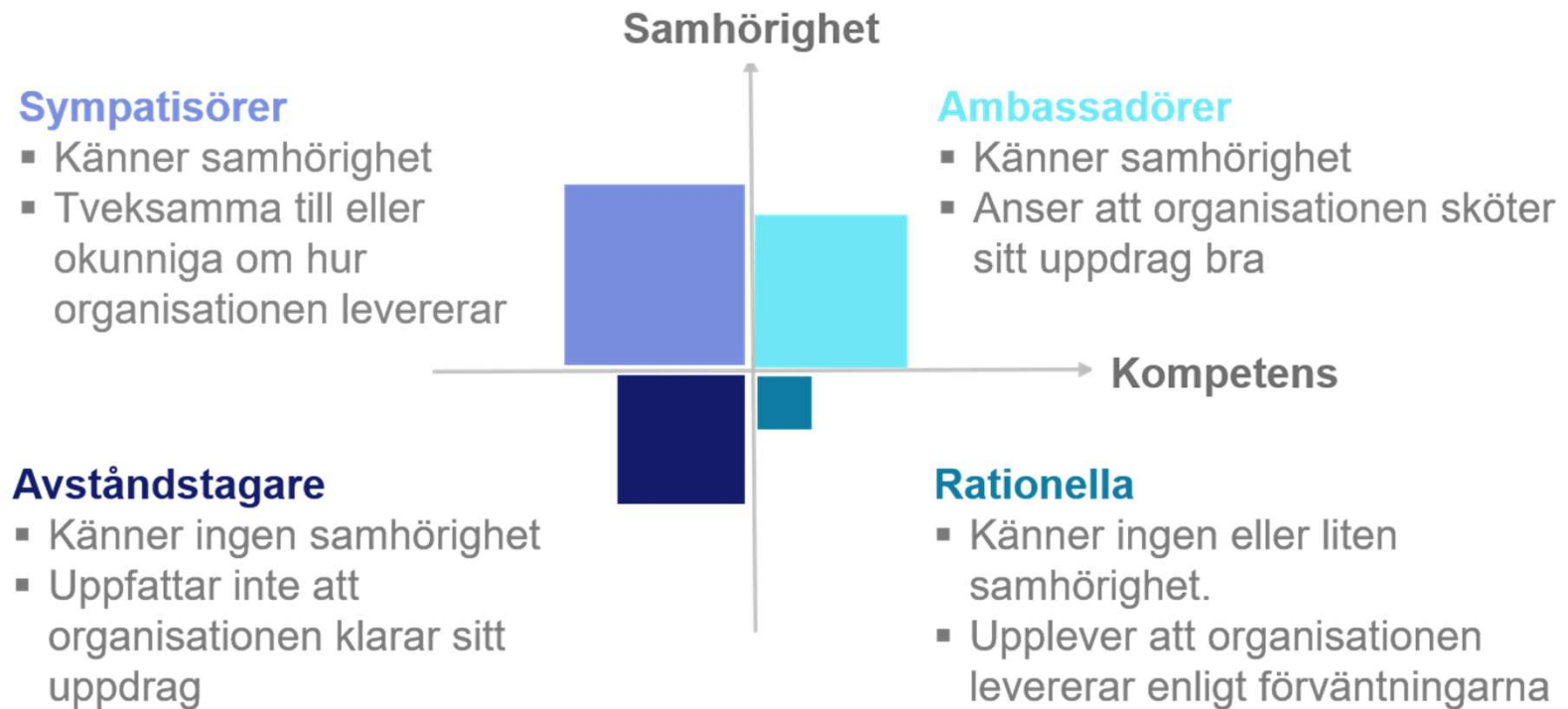
Har duktiga medarbetare

svaghet

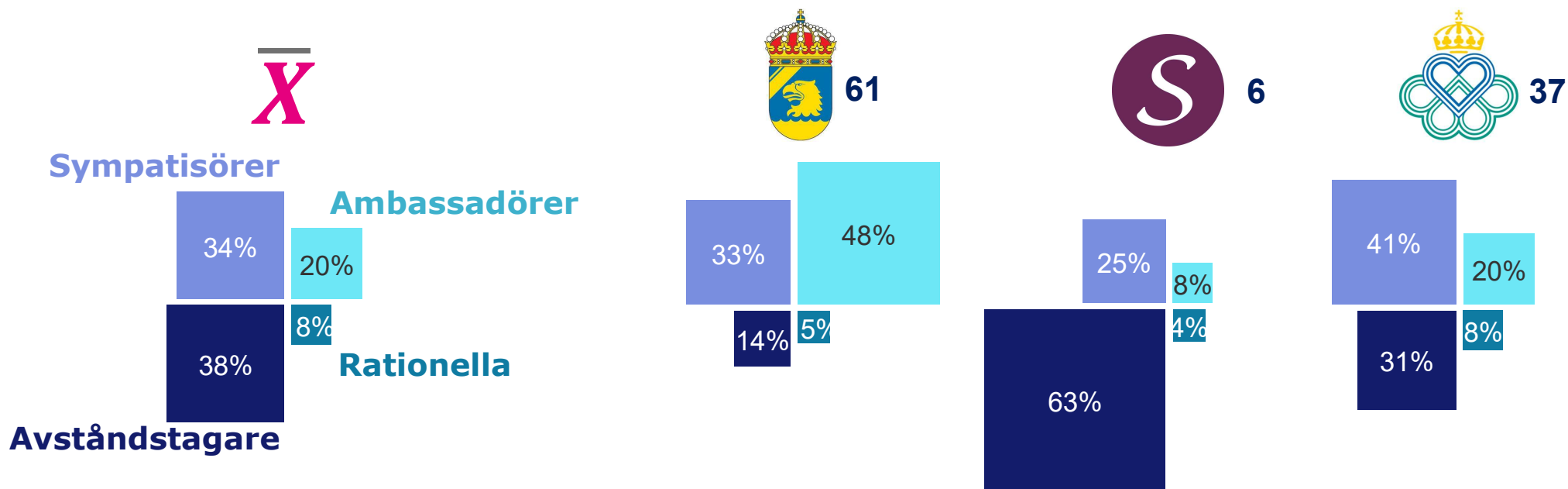
Bra på att lyssna på sina kunder/uppdragsgivare

Uttrycker sig på ett sätt som är enkelt att förstå

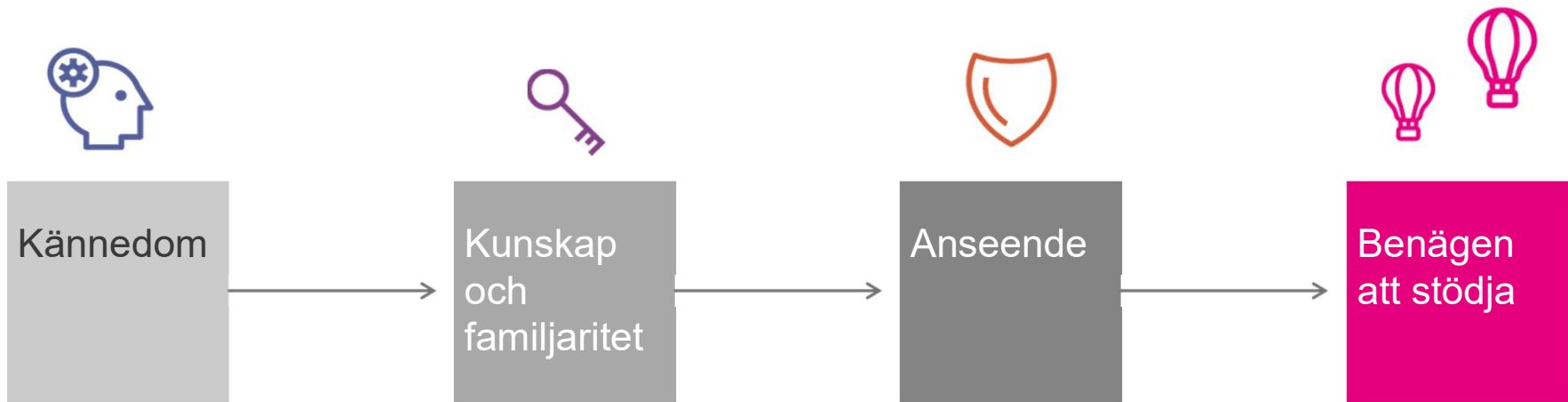
Effekten av ert anseende – ambassadörer eller avståndstagare?



Tre myndigheter med helt olika förutsättningar till folkligt stöd

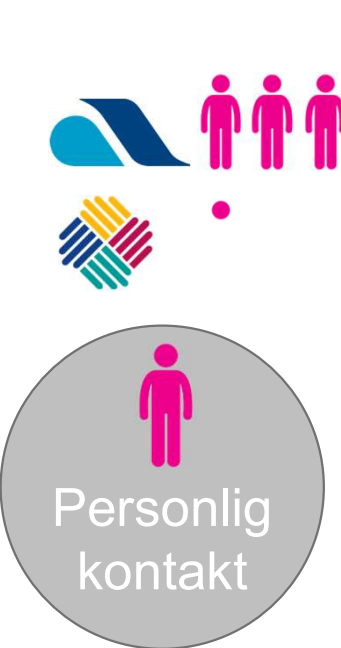
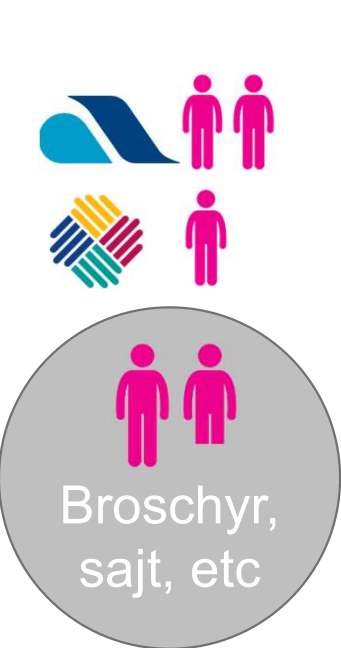
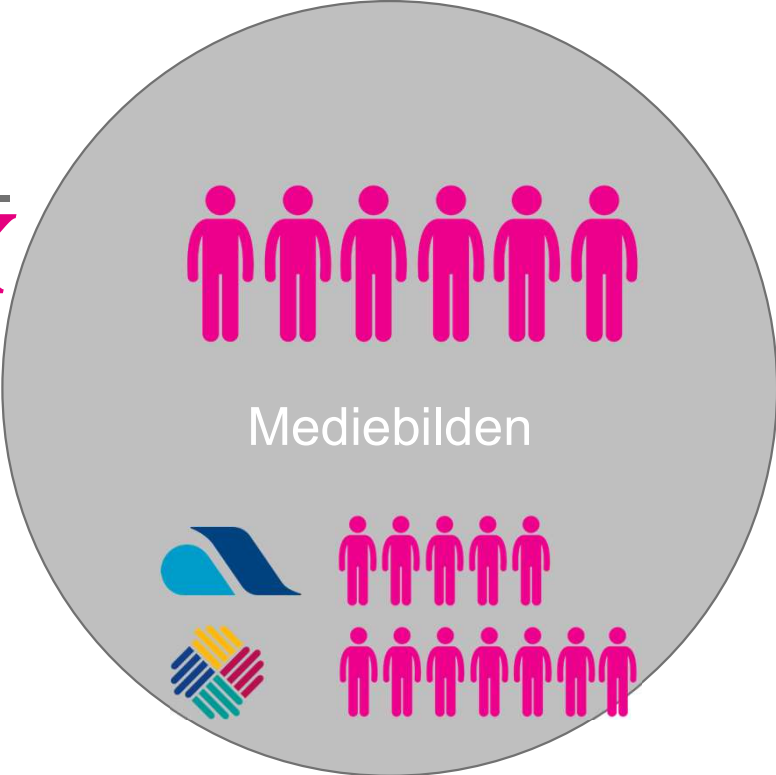


Den avgörande frågan om kännedom



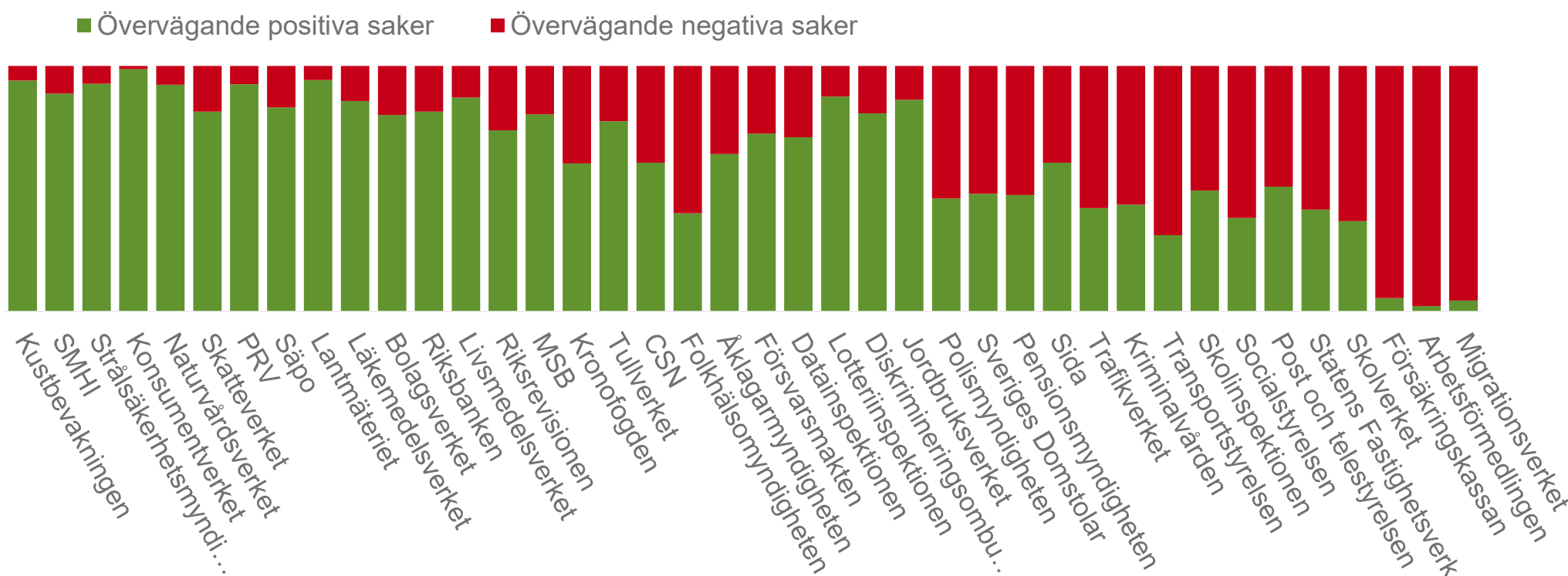
KANTAR SIFO

\bar{X}



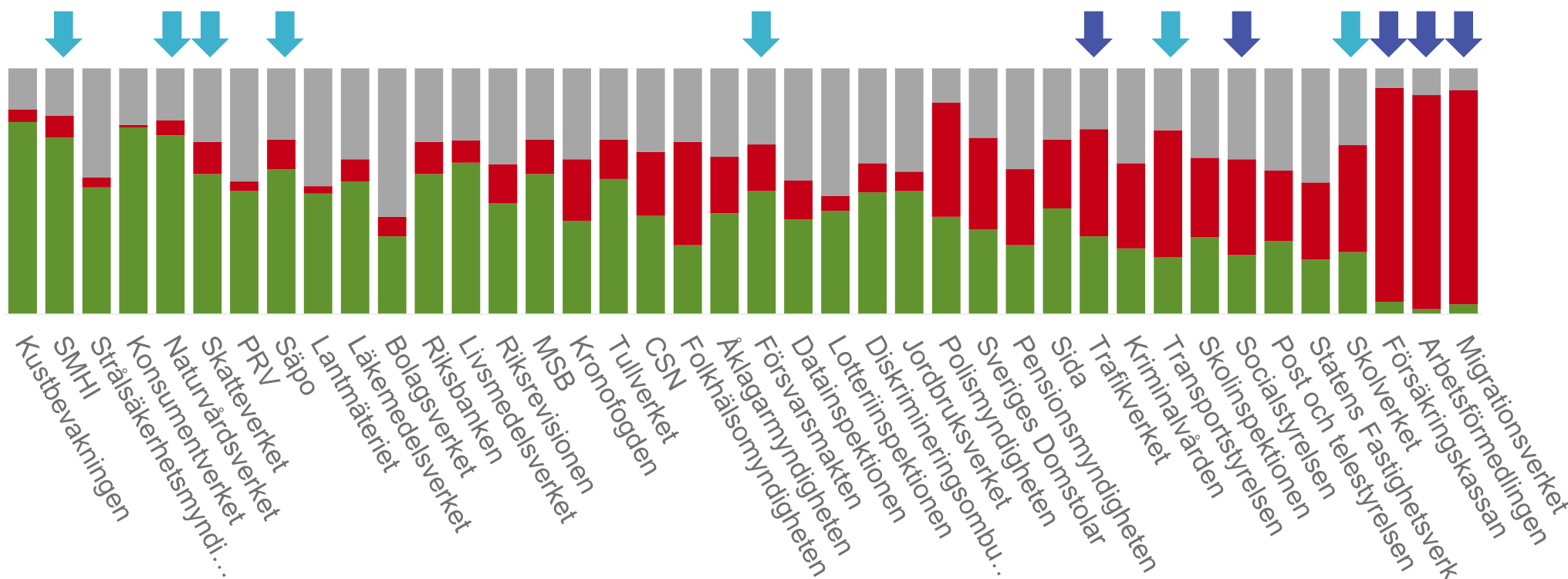
Folkets minne av publiciteten samvarierar med anseendet

Spelar myndighetens anseende större roll än hur nyheterna faktiskt vinklas?



Ett högt nyhetsvärde är inte nödvändigtvis en dålig sak

↓ Över 1000 artiklar per månad*
 ↓ Över 500 artiklar per månad*



Fem steg framåt

1. Håll koll på anseendet och era drivkrafter
2. ... även internt
3. Alla kontaktytor räknas
4. Öka räckvidden
5. Repetera rätt budskap

Kantar Sifos Anseendeindex för Myndigheter 2018

Tilliten till svenska myndigheter är god

En särskiljande egenskap bland boende i Sverige, jämfört med många andra nationaliteter, är [den höga tilliten till hur samhället är organiserat](#). Och återigen får vi det bevisat; 8 av 10 litrar på myndigheterna i det långa loppet. Det är en god grund, viktig att värna och vårda, för att undvika korruption och misstro som kastar grus i det samhälleliga maskineriet. Men variationerna är stora – från Kustbevakningens 61 till Migrationsverkets -25. Tilliten är en av de fem delfrågor som vägs samman i Kantar Sifos anseendeindex.

Kustbevakningen lyfter taket

För första gången mäter vi [Kustbevakningens](#) anseende och därmed är den övre gräns vi tidigare trodde oss se, inte längre en sanning. [SMHI](#) och [Konsumentverket](#) följer på några stegs avstånd.

Lägst anseende har samma tre myndigheter som tidigare: [Arbetsförmedlingen](#), [Migrationsverket](#) och [Försäkringskassan](#).

Kraftiga uppgångar och fall

[Försäkringskassan](#) tappar 14 punkter i anseende och landar på -20, nära den nivå där de långsamt klättrat upp ifrån (2012-2016). Det är ett tydligt exempel på en myndighet där politisk debatt och skärpta regler, med efterföljande mediekritik, får negativ effekt på anseendet.

Efter [förra sommarens kris](#) återhämtar sig [Riksrevisionen](#) med en ökning om 19 punkter, från 23 till 42. En myndighet med från början högt anseende har bättre möjligheter att reparera skadan, än den som redan ligger lågt i anseende. Samma resa efter [krisen](#) gör [Statens Fastighetsverk](#), om än med mer blygsamma steg framåt.

Anseendet som framgångsfaktor

Kantar Sifos anseendeindex handlar inte bara om allmänhetens [tilltro eller intryck](#) av till en viss myndighet. Det innehåller också bedömning av vilken [kvalitet och framgång](#) svenskarna tillskriver myndigheten.

Ett gott anseende ger höga frihetsgrader och goda förutsättningar att över tid både vara framgångsrik i sin verksamhet och skapa stolthet hos sina medarbetare. Men mer än så, ett gott anseende ger också fördelar i kontakter med de viktigaste intressenterna, om det så är politiker, medarbetare, journalister eller samarbetspartners. [Det är helt enkelt lättare att bli lyssnad till.](#)

Trovärdighet i media viktigaste drivkraften

Förutom de grundläggande egenskaper som skapar anseendet testar vi ett antal mer konkreta attribut som i olika hög grad driver anseendet. På generell nivå är de drivkrafter som tydligast driver anseendet 2018 uppfattningen om [duktiga medarbetare](#), att myndigheten [upprätthåller etik och moral](#). Viktigt, men en generell svaghet, är [förtroendet för ledningen](#) och att [myndigheten lyssnar på kunder och uppdragsgivare](#). Just den sistnämnda lyfte även [Tillitsdelegationen](#) som en viktig princip, att sätta medborgarens upplevelse och kunskap i fokus och försök förstå vad medborgaren sätter värde på. I de specifika analyserna, kan vi se hur väl allmänheten tycker att respektive myndighet presterar på dessa och andra faktorer.

Sjunde årliga Anseendeindex

Anseendeindex Myndigheter 2018 är Kantar Sifos sjunde mätning av anseendet för (i år) 39 av Sveriges 448 myndigheter. Vi gör den för egen kunskap om vad som driver anseendet, men naturligtvis erbjuder vi också den som önskar att ta del av det fördjupade resultatet.

Toivo Sjören, opinionschef Kantar Sifo
toivo.sjoren@sifo.se, 0701-84 32 50

Sonja von Lochow, medieanalytiker Kantar Sifo
sonja.von.lochow@kantarsifo.com, 0733-74 40 70

Fakta om undersökningen

Kantar Sifo har på eget initiativ frågat allmänheten i Sverige om ett urval av landets mer kända eller budgettunga myndigheter.

Frågan vi söker svar på är vad en myndighet ska göra för att stärka eller vårda sitt anseende. Vi ser att ett starkt anseende över tid bland annat leder till nöjdare medborgare, rätt medarbetare, lättare att ta sig ur mediala kriser och större handlingsfrihet i beslut och strategier gentemot viktiga intressenter. Mätmetoden är validerad och används globalt.

Så gjorde vi

- Målgrupp: allmänheten 18-75 år
- Urvalsram: Kantar Sifos onlinepanel
- Urvalsstorlek: varje myndighet bedöms av minst 300 slumpmässigt utvalda personer (med minst namnkännedom om myndigheten)
- Datainsamlingsmetod: webbaserad enkät
- Svaren samlades in under perioden 23 maj – 10 juni 2018

Kontakta gärna någon av oss om du har frågor

Toivo Sjören, opinionschef Kantar Sifo

toivo.sjoren@sifo.se, 0701-84 32 50

Sonja von Lochow, medieanalytiker Kantar Sifo

sonja.von.lochow@kantarsifo.com, 0733-74 40 70

Om Kantar Sifo

- Sveriges ledande insiktsföretag
- Fakta och ny kunskap skapar insikter, som ger ökad konkurrenskraft och möjlighet att förändra. Vi vill att våra kunder når sina mål.
- Vi är experter inom innovation, varumärkeshantering, kommunikation, konsumentaktivering och kundrelationer
- Kantar Sifo är en del av Kantar, ett av världens ledande företag inom insikt, analys och konsulttjänster.



TACK!

TOIVO.SJOREN@KANTARSIFO.COM
SONJA.VON.LOCHOW@KANTARSIFO.COM

KANTAR SIFO

[#kantarsifo](https://www.instagram.com/kantarsifo)