

# Anseendeindex organisationer 2016

2016-04-29



# Bakgrund och kommentarer i korthet

**TNS Sifos Anseendeindex** handlar inte bara om allmänhetens tilltro eller intryck av till en viss organisation. Det innehåller också aspekter av vilken kvalitet och framgång svenskarna tillskriver organisationen.

Mätningen har genomförts utefter TRI\*M- modellen, vilken är globalt validerad. Ett gott anseende ger höga frihetsgrader och goda förutsättningar att över tid vara framgångsrik i sin affär och skapa stolthet hos medarbetare. Men inte minst ger ett gott anseende fördelar i kontakter med sina viktigaste intressenter, om det så är potentiella medarbetare, medlemmar, politiker, partners eller journalister. Det är helt enkelt lättare att bli lyssnad till.

**Anseendeindex Organisationer 2016** är TNS Sifos femte mätning av anseendet för några av Sveriges intresseorganisationer. Vi gör den för egen kunskap om vad som driver anseendet, men naturligtvis erbjuder vi den som så önskar att ta del av fördjupade presentationer.

**Högst anseende i årets mätning** har Friluftsrådet, följda av Naturskyddsföreningen och Motormännens riksförbund på andre respektive tredje plats.

**Det finns olika förutsättningar och utmaningar för olika typer av organisationer** när det gäller att bygga ett starkt anseende. Utifrån vilken typ av verksamhet en organisation bedriver formas allmänhetens förväntningar och krav på organisationen. Längst ner i årets ranking återfinns flertalet fackförbund.

# TNS SIFOs Anseendeindex 2016

## Om undersökningen

- ✓ Syfte: Bygga egen kunskap kring vilka drivkrafter som bygger organisationers anseende i Sverige
- ✓ Undersökningen är baserad på 27 intresseorganisationer.
- ✓ Vi har använt TNS Sifos internetpanel för intervjuer med ett representativt urval av boende i Sverige, 18-79 år. I undersökningen gjordes totalt 3 519 intervjuer, vilka gav sammanlagt 13 947 utvärderingar av de berörda organisationerna (en respondent har kunnat utvärdera fler än en organisation).
- ✓ Intervjuerna genomfördes 21- 30 mars 2016. Metod: TRI\*M
- ✓ Kontakta oss gärna för mer information.



TNS Sifo

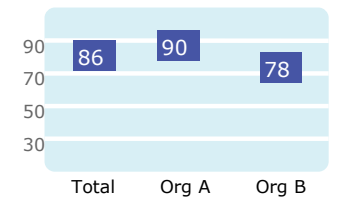
© TNS

# Modellen bakom nyckeltalen

## Anseende

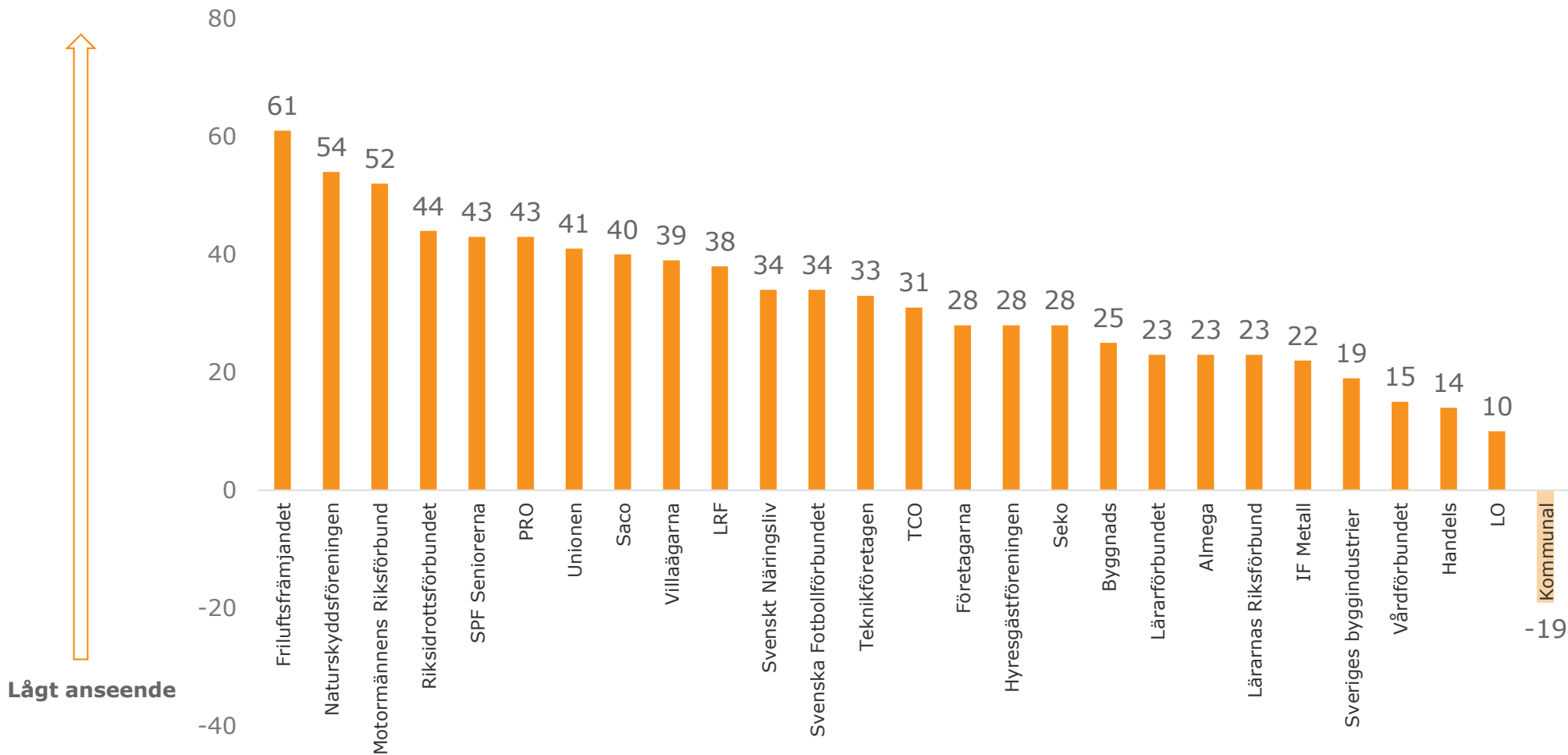
1	Övergripande värdering	Allmänt rykte
2	Personligt intryck	Känslomässig samhörighet
3	Lita på	
4	Kvalitet i organisationens produkter och tjänster	Organisationens kompetens
5	Framgång	

## Anseendeindex



# Anseendeindex för svenska organisationer 2016

Högt anseende



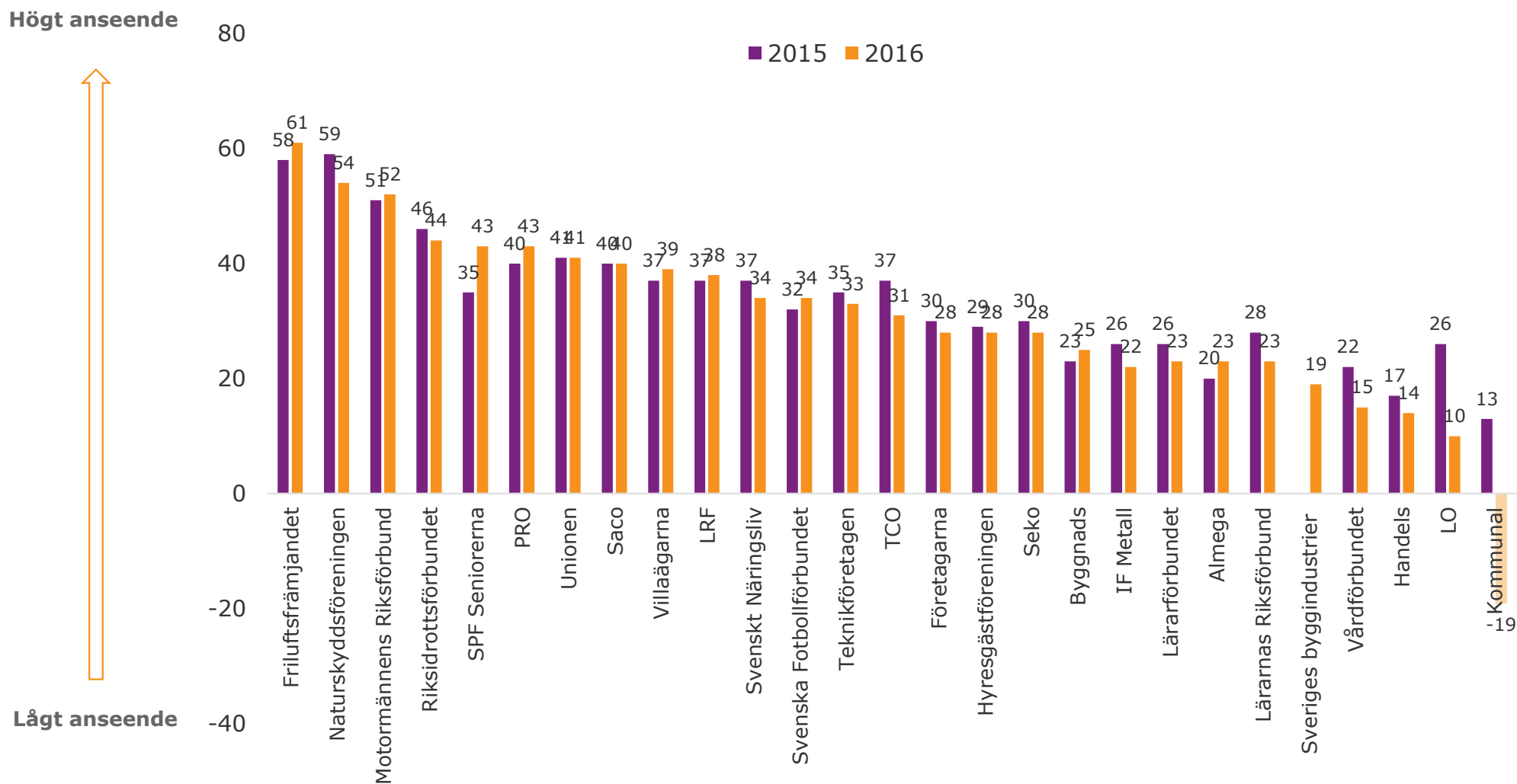
Lågt anseende



TNS Sifo

© TNS

# Anseendeindex för svenska organisationer 2015 vs 2016



# Attribut i den fördjupade analysen

I tillägg till analysen av Anseendeindex gör TNS Sifo en fördjupad analys av respektive organisation. Vilka faktorer driver anseendet mer än andra, vilka faktorer är viktiga att arbeta med för att stärka anseendet? De attribut som ingår är:

- Framstår som trovärdiga i media
- Bidrar positivt till samhället
- Spelar en viktig roll i samhällsutvecklingen
- Upprätthåller etik och moral
- Arbetar för en god miljö
- Har en skicklig ledning
- Är nyskapande och framtidsinriktade
- Har en synlig och känd ledning
- Har en stark position inom sitt verksamhetsområde
- Är en organisation som är duktig på opinionsbildning
- Är en organisation som står för mångfald
- Arbetar för jämställdhet mellan män och kvinnor
- Bidrar till integrationen i samhället