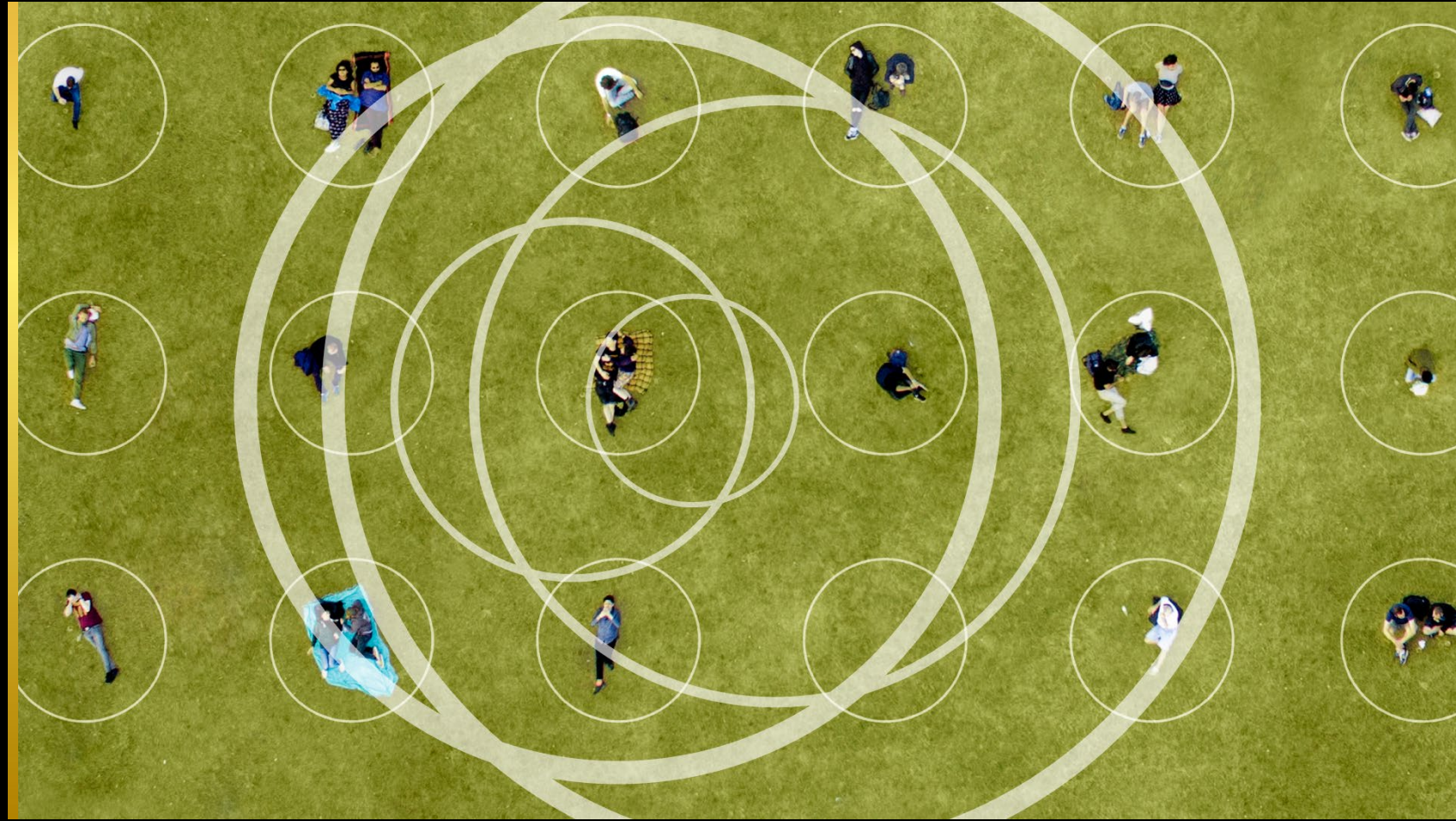


KANTAR PUBLIC

Anseendeindex Organisationer 2023

Allmänhetens upplevelse av
organisationer i Sverige – en
sammanfattning av årets resultat

23 maj 2023



Organisationen, allmänheten och omvärlden – kort om årets resultat

Kantar Public Anseendeindex Organisationer 2023

Resultatet av anseendeindex för organisationer är som vanligt en **högintrassant spegling av samtiden** och i ljuset av det gångna årets samhälls- och omvärldshändelser. Dessutom ingår fem nya organisationer 2023.

Tre jämna i toppen

Även i år toppar **Radiohjälpen** listan, men fem punkter lägre jämfört med i fjol. Resultatet drivs dock fortlärande av organisationens synlighet i samband med stöd- och insamlingskampanjer till förmån för Ukraina.

Två andra välkända och verksamhetsmässigt breda organisationer följer därpå; **Svenska Turistföreningen** – en organisation vi mäter för första gången – och av **Friluftsrämjandet**. Skillnaden mellan de tre nämnda organisationerna (index 66-68) ligger statistiskt sett inom felmarginalen.

Ökar mest och lämnar jumboplatsen

Även om genomsnittet för samtliga organisationer är oförändrat sedan 2022 ser vi större förändringar för några enskilda organisationer. Bland de som ökar mest i år finns tre fackförbund (varav ett centralförbund) och en arbetsgivaorganisation:

- Byggföretagen (+8)
- Unionen (+8)
- LO (+8)
- Kommunal (+7)

Resultatet innebär att Kommunal och LO har lämnat jumboplatserna där de huserade både 2022 och 2021

Publicitet och osynlighet bakom tapp

Fyra organisationer går åt andra hållet med försämrat anseendeindex jämfört med 2022:

- Polisförbundet (-12)
- Svenska Fotbollförbundet (-12)
- Almega (-11)
- ABF (-9)

Polisförbundet smittas med stor sannolikhet av den intensiva och negativa publiciteten kring polisens ledning och organisation under våren.

Även **ABF** drabbas av negativ medierapportering kopplat till att kommunstyrelsens ordförande i Botkyrka kuppades bort. Gängkriminella kan ha bidragit till utfallet och misstankar finns om koppling till ABF.

Svenska Fotbollförbundets stora tapp bör relateras till kritiken mot Qatar som arrangörsländ av VM och att det svenska förbundet inte stått upp tillräckligt för demokrati, jämställdhet eller gästarbetarnas situation i Qatar.

Anseende är inte bara förtroende

Vårt anseendeindex handlar inte bara om allmänhetens förtroende för en viss organisation. Indexet bygger också på uppfattad kvalitet av organisationens tjänster och hur framgångsrik organisationen uppfattas vara.

Jämför med hänsyn till utgångsläget

Det är en stor bredd av organisationer i undersökningen och alla är långt ifrån lika kända. Jämför därför med varsamhet.

Anseendet som framgångsfaktor

Ett gott anseende ger utrymme att agera och bättre förutsättningar att både vara framgångsrik i sin verksamhet och skapa stolthet hos medarbetare och medlemmar. Men mer än så, det ger också fördelar i kontakten med blivande medarbetare och medlemmar, med politiker och journalister. **Det är helt enkelt lättare att bli lyssnad till.**

Övergripande resultat: Anseende organisationer 2023



Stabilt anseende överlag

- Genomsnittligt anseendeindex (40) är oförändrat jämfört med 2022
- Gapet mellan lägst och högst rankad organisation har minskat. 2022 skiljde 59 punkter, i år är skillnaden 52.



Fyra vinnare, fem tappar

- Fastighetsägarna, Unionen, LO och Kommunal ökar signifikant
- LO och Kommunal har därmed lämnat "jumboplatserna"
- Tydliga tillbakagångar för Polisförbundet, ABF, Radiohjälpen, Svenska fotbollförbundet och Almega



Detta påverkar anseendet mest

- En organisation jag gillar och respekterar
- Trovärdiga i media
- Bidrar positivt till samhället
- Konstruktiva lösningar inom sitt område



Ett anseendeindex över 50 är högt för organisationer i Sverige. Enligt allmänheten gäller det följande organisationer 2023:

- Radiohjälpen
- Svenska turistföreningen
- Friluftsförbundet
- RFSU
- Astma- och Allergiförbundet
- Naturskyddsföreningen
- Synskadades riksförbund
- Sveriges Ingenjörer
- Reumatikerförbundet
- Hörselskadades Riksförbund
- PRO

Organisationer i fokus: Förändring och fem i topp

Fem i topp 2023



1. Radiohjälpen	68
2. Svenska turistföreningen	67
3. Friluftsförbundet	66
4. RFSU	64
5. Astma- och Allergiförbundet	60

Ökade mest sedan 2022



Byggföretagen	+8
Unionen	+8
LO	+8
Kommunal	+7

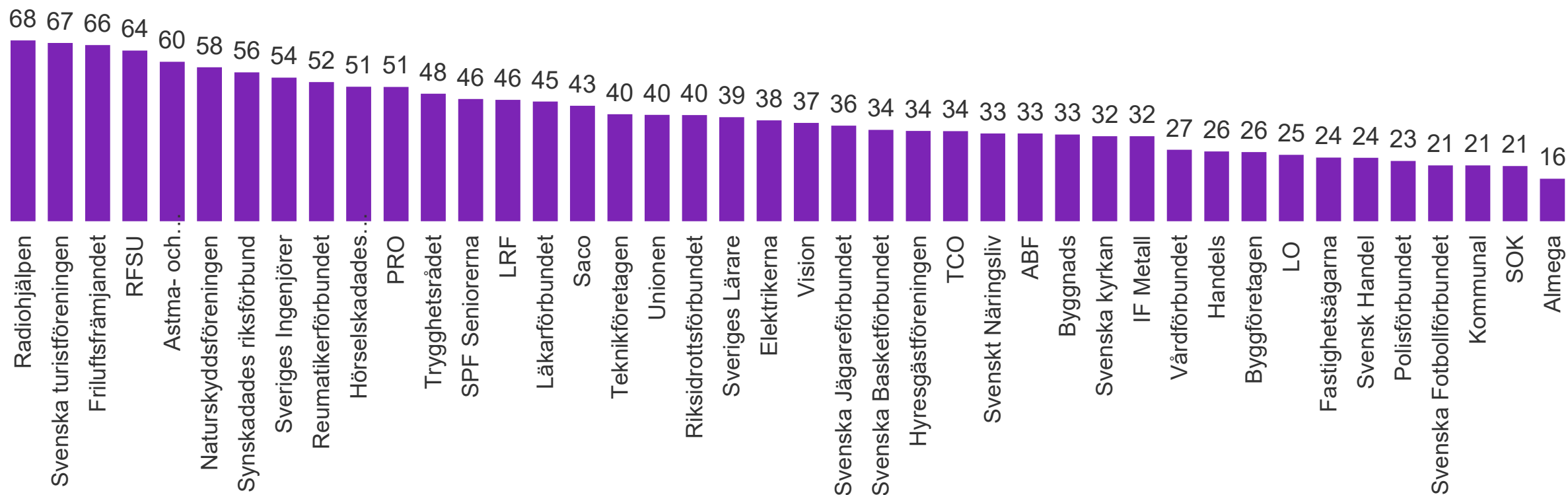
Minskade mest sedan 2022



Polisförbundet	-12
Svenska Fotbollförbundet	-11
Almega	-11
ABF	-9
Radiohjälpen	-5

Anseendeindex Organisationer 2023

Genomsnitt samtliga organisationer: 40



Jämförelse: Anseendeindex Organisationer 2022 och 2023

Genomsnitt samtliga organisationer: 40



Om undersökningen

Metod

- Undersökning: Kvantitativ
- Målgrupp: Allmänheten 18-79 år
- Urval: Sifopanelen, riksrepresentativ
- Metod: Webbaserad enkät
- Fältperiod: 7 april – 30 april 2023
- Antal intervjuer: 9 500
- Undersökningen är baserad på 43 organisationer
- De svarande har uppgett kännedomsnivå 2-5 (skala 1-5) för de utvärderade organisationerna. De som anger kännedomsnivå 1 har inte fått några följdfrågor.
- Resultaten är viktade utifrån kön, ålder och region

Syfte

Anseendeindex Organisationer genomför vi på Kantar Public på eget initiativ, för att bygga egen kunskap om vad som driver och påverkar anseendet för ett urval av svenska organisationer.

Att förstå sin omvärld och sina intressenter är avgörande för en organisations framgång, oavsett verksamhet och mål. Vårt anseendeindex handlar inte bara om den känslomässiga relationen – tillit och intryck - mellan allmänheten och organisationerna. Indexet bygger också vilken kvalitet och framgång svenskarna tillskriver organisationerna.

Ett högt anseende ger större frihet och goda förutsättningar att över tid vara både framgångsrik i sin verksamhet och skapa stolthet internt. Men det ger också viktiga fördelar i kontakten med viktiga intressenter som medlemmar, politiker, blivande medarbetare, partners eller journalister. Det blir helt enkelt lättare att bli lyssnad till.

Kontakta mig gärna

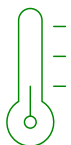


Johan Orbe
Kantar Public

+46 707 91 84 48
johan.orbe@kantar.com

Fem frågor bygger ett index som beskriver ert anseendes styrka

Allmänt
rykte



1. Övergripande

Känslomässig dimension
(emotionella faktorer)



2. Personligt intryck **3. Tillit**

Kompetensdimensionen
(rationella faktorer)



4. Framgång

5. Kvalitet

Anseendeindex

PS. Vi byter snart namn

Vi som lyssnar på allmänheten heter just nu Kantar Public men vi har också hetat Sifo. **Inom en snar framtid byter vi namn.** Följ gärna med oss in i framtiden, redan nu.

Om du vill vänta till i sommar, finns vi på **Almedalsveckan** i Visby med ett fullmatat program och ett helt nytt namn.

Inom kort lär du dessutom se oss på tv: Efter nästan fem decennier av gott samarbete med Svenska Dagbladet och Göteborgs-Posten, blir det **SVT som publicerar vår väljarbarometer från juni och framåt.**

1954

Svenska Institutet För
Opinionsundersökningar AB

- Sifo
 - Svenska Gallupinstitutet
- Sifo Research & Consulting
 - IMU
 - Testologen
 - Infratest Burke
- Sifo Research International
 - TNS Gallup
 - TNS Sifo
- Kantar Sifo



- DIMAP
- Sofres
- Gallup
- Taylor Nelson
- Nipo
- BRMB
- IMRB
- Ibope
- Obop

2023

Kantar Public

???