

Pressmeddelande

29 september 2017

Swedbank branschbäst i Nordens största hållbarhetsstudie

Swedbank har utsetts till den mest hållbara banken i studien Sustainable Brand Index Business to Business. Det är beslutsfattare i Sveriges största bolag som gjort bedömningen i Nordens största hållbarhetsstudie.

Sustainable Brand Index Business to Business mäter beslutsfattares uppfattning om varumärken och deras miljöansvar samt sociala ansvarstagande. Swedbank är enligt studien bäst i branschen, och står sig också bra i konkurrensen med alla företag i studien och kommer totalt på plats 18 av 74.

-Vi har ett starkt engagemang i att bidra till en sund och hållbar utveckling för våra kunder, våra ägare och för samhället i stort. Därför är hållbarhetsfrågorna integrerade i vår affär. Bara så bygger vi långsiktigt finansiellt värde, och det är en viktig bekräftelse att andra företag har uppmärksammat den ambitionen, säger Birgitte Bonnesen, vd och koncernchef Swedbank.

Hållbara val för kunderna bygger långsiktigt värde

Swedbanks hållbarhetsarbete innefattar såväl miljömässiga som etiska, sociala och finansiella aspekter, och hållbarhetsfrågorna integreras i affärsbeslut och affärsutveckling.

-Med fyra miljoner privatkunder i Sverige och nästan hälften av landets företag i kundbasen kommer både ansvar och möjlighet att påverka. Vi vill underlätta för kunderna att göra hållbara val, oavsett om det handlar om ansvarsfulla investeringar, eller att uppmuntra entreprenörskap som bidrar positivt i samhället och peka på vilka affärsmöjligheter det innebär, säger Fredrik Nilzén, hållbarhetschef på Swedbank.

För ytterligare information:

Fredrik Nilzén, hållbarhetschef Swedbank, tel 076-773 19 26

Josefine Uppling, presschef Swedbank, tel 076-114 54 21

Mer om Sustainable Brand Index

Sustainable Brand Index är Nordens största studie om hållbarhet och har genomförts sedan 2011. 2017 är första året som den inte bara genomförs bland konsumenter utan även beslutsfattare. Målgruppen är exekutiva beslutsfattare på företag med över 400 miljoner kronor i omsättning. Studien genomfördes under april-juni 2017 och totalt intervjuades 626 beslutsfattare om 74 varumärken och deras miljöansvar samt sociala ansvarstagande.