

Pressmeddelande 2021-03-02

# Finansbolagen med högst och lägst anseende – Avanza i överlägsen topp

**Vilket är landets högst ansedda finansföretag? Svaret är Avanza som får ett toppbetyg av svenska folket. Det framgår av en Reputation&Trust-undersökning som visar hur allmänheten rankar finansföretagens anseende och hur mycket man litar på dem.**

Avanza hamnar högst upp på listan med snittbetyget 4,09 av fem möjliga, följda av Nordnet och Kivra som också får höga betyg. Även Klarna och Ikano hamnar på rätt sida om strecket som ger dem ett bra anseende i svenska folkets ögon. Längst ner hamnar flera av de traditionella bankerna.

– Yngre bolag som Avanza upplevs förmodligen som mer spännande än de traditionella företagen. Deras ledarskap är oftast tydligare och de har en högre grad av innovation. De har inte heller lika mycket i bagaget som storbankerna som har haft en rad kriser. Men uppstickarna kommer att bli allt mer granskade, inte minst gäller det Klarna som nu värderas till 250 miljarder kronor och siktar mot börsen, säger Ingrid Landahl, grundare av kommunikationsbyrån Comma

Strax ovanför med drygt 3 i betyg hamnar Danske Bank och Swedbank. Lite högre upp hamnar SEB med betyget 3,26, vilket betyder att här finns det utrymme för förbättringar. Bäst bland de traditionella storbankerna är Handelsbanken med 3,43. Trots att Nordea har förbättrat sitt anseende jämfört med året innan hamnar företaget strax under betyget 3 vilket betyder att de har ett lågt anseende.

– Det låga betyget för de traditionella storbankerna beror framförallt på senaste årens upprepade skandaler. Och när de väl hamnat i det facket kan det sen bli svårt att bryta sig ut ur klungan. Allmänheten har svårt att hålla reda på vilken bank som gjorde vad när ingen positionerar sig tydligt i förhållande till övriga. I stället hamnar alla i gruppen storbanker och dras över samma kam, säger Ingrid Landahl.

Bakom Reputation&Trust står Comma och det finska analysföretaget T-Media. Metoden mäter och analyserar uppfattningen om en organisations anseende och hur detta påverkar intressenternas beteende. 1 971 svenskar har rankat anseende i åtta olika dimensioner, bland annat hur de värderar finansföretagens ledarskap, innovationsförmåga och ansvarsfullhet. De har även svarat på frågor om de litar på företagen och om de bland annat skulle köpa deras produkter och tjänster, investera i dem eller söka jobb hos dem. Därmed kan även sambandet mellan anseendet och företagens affärsmässiga framgång mätas.

– Hur anseendet påverkar beteende varierar mellan olika branscher och företag. För finansföretagen generellt sett är det viktigast att visa ett tydligt ledarskap, att ha en öppen dialog med sina intressenter och att se till att göra affärer på ett sätt som uppfattas som etiskt, säger Ingrid Landahl.

## Finanslistan

| RANK | ORGANIZATION   | REPUTATION |
|------|----------------|------------|
| 1.   | Avanza         | 4.09       |
| 2.   | Nordnet        | 3.86       |
| 3.   | Kivra          | 3.82       |
| 4.   | Klarna         | 3.67       |
| 5.   | Ikano          | 3.53       |
| 6.   | Ålandsbanken   | 3.47       |
| 7.   | Handelsbanken  | 3.43       |
| 8.   | SEB            | 3.26       |
| 9.   | Marginalen     | 3.24       |
| 10.  | Collector Bank | 3.15       |
| 11.  | Swedbank       | 3.14       |
| 12.  | Danske Bank    | 3.08       |
| 13.  | Nordea         | 2.91       |

### För mer information, kontakta:

Ingrid Landahl, grundare av Comma

e-post: [ingrid@comma.se](mailto:ingrid@comma.se)

telefon: +46-706 573 334

Jan Strand, partner

e-post: [jan@comma.se](mailto:jan@comma.se)

telefon: +46-707 106 979

### Om mätningen

Totalt har 1 917 personer deltagit i mätningen som gjordes i september-oktober 2020 och där de fick svara på detaljerade frågor och poängsätta (på en skala 1-5) svenska finansföretag. Ett resultat över 4 bedöms som mycket bra, över 3,5 som bra och under 3 som ett dåligt resultat. Under 2,5 är ett mycket dåligt resultat. Studien omfattade de största finansiella företagen i Sverige och några av de nykomlingar och utmanare som finns på marknaden.

### Om Comma

Comma är en kommunikationsbyrå med fokus på Reputation Management, det vill säga att bygga, försvara och återupprätta ett gott anseende. Byrån grundades 2004 och har åtta medarbetare med olika bakgrund inom affärsutveckling, journalistik, marknadsföring, hållbarhet och politik. Läs mer om Comma här: <https://comma.se/>

Läs mer om Reputation&Trust: <https://reputationandtrust.com/>