

Fler än 89 000 sörmlänningar vinner Guldnyckeln



På Näringslivsgalan som ägde rum på Rosvalla i Nyköping 13 mars, korades LF Sörmland till 2026 års vinnare av MINO:s (Marknadsföreningen i Nyköping och Oxelösund) prestigefulla utmärkelse Guldnyckeln.

89 000 vinnare

Guldnyckeln delas ut till det företag som utmärkt sig genom innovativa och framgångsrika marknadsföringsinsatser. Priset betyder att LF Sörmland ses som en förebild inom marknadsföring och försäljning, med mod att bryta ny mark genom en genuin och genomtänkt strategi.

– Att vi har vunnit Guldnyckeln är omtumlande och vi är mycket glada och stolta över utmärkelsen, säger Carolina Nilsson, Chef Kommunikation och Marknad på LF Sörmland. Hon fortsätter:

– Våra över 89 000 kunder är samtidigt ägare och mottagare av priset. Det här delar vi med er, våra samarbetspartners och våra medarbetare. Vi alla äger Guldnyckeln.

Med fokus på kunder, medarbetare och medborgare

Under 2025 har LF Sörmland fortsatt att lyfta fram vad det innebär att vara ett kundägt bolag – där ägare och kunder i praktiken är samma människor. Genom olika initiativ och kommunikationsinsatser har verksamheten tydliggjort hur denna modell präglar både prioriteringar och arbetssätt, med målet att skapa långsiktigt värde för dem som berörs av verksamheten.

En central del i arbetet har varit att synliggöra hur LF Sörmland värnar om sina kunder och medborgare i Sörmland, samtidigt som man investerar i sin egen personal och deras utveckling. Medarbetarna är en viktig del av bolagets styrka och ett starkt internt engagemang skapar i sin tur bättre förutsättningar att möta kundernas behov.

Parallellt har bolaget fortsatt sitt långsiktiga arbete med skadeförebyggande insatser. Genom kunskap, rådgivning och konkreta åtgärder arbetar LF Sörmland aktivt för att förebygga skador och problem innan de uppstår – både på individnivå och i samhället i stort. Ambitionen är att bidra till trygghet och möjligheter genom livets alla skeden.

– Storheten i det arbete vi gjort är att vi paketerat dem vi är, involverat våra medarbetare och kunder i arbetet och integrerat hållbarhet, kundfokus och vårt samhällsengagemang. Vi har prioriterat dialog, relation och medskapande framför traditionell säljdrivande marknadsföring. Och integrerat detta med vårt interna kulturarbete, menar Carolina. Hon säger vidare:

– Vårt koncept ”Vi hjärta Du” gick live våren 2025 och sedan dess har vi skapat kommunikation som lyfter och synliggör våra medarbetare, kunder och samarbetspartners. Det är deras berättelser, det är de som är våra fotomodeller, skådespelare och röster. Det är helt enkelt dem som skapar magin och gör kommunikationen både äkta, mänsklig och nära. Jag är enormt imponerad och stolt över det engagemang och mod som många visat. Utan dem hade vi inte fått det här priset.

Starka finalister i gott sällskap

I finalen fanns, förutom LF Sörmland, även Boda Borg och Tovastugan – två välkända och respekterade aktörer som på olika sätt bidrar starkt till regionens utveckling. Nomineringen speglar det engagemang, entreprenörskap och den kvalitet som präglar verksamheter i Sörmland, och konkurrensen i årets finalomgång var både stark och inspirerande.

För LF Sörmland var det därför särskilt hedrande att få dela finalplatsen med två företag som genom sitt arbete skapar upplevelser, mötesplatser och värde för människor i regionen.

– Vi skickar ett varmt tack till både Boda Borg och Tovastugan för mycket fint sällskap i årets finalomgång. Det är en ära och mycket inspirerande att se deras imponerande arbete på nära håll, för oss var båda våra medfinalister värdiga vinnare av priset, säger Carolina.

Med 2026 i fokus

Ett nytt år innebär nya möjligheter och för LF Sörmland markerar starten på 2026 ett fortsatt fokus på utveckling, ansvar och värdeskapande för både kunder, medborgare och medarbetare. Med tydliga ambitioner framåt fortsätter de att stärka sitt erbjudande, utveckla sina arbetssätt och möta kundernas behov i en föränderlig omvärld.

Arbetet framåt handlar både om att bygga vidare på det som redan fungerar väl och att identifiera nya möjligheter där LF Sörmland kan göra verklig skillnad. Genom långsiktighet, lokalt engagemang och ett starkt kundfokus fortsätter bolaget att ta steg mot framtiden.

– Nu tar vi på LF Sörmland sikte på framtiden och ett fortsatt arbete tillsammans med medarbetare, samarbetspartners och kunder. Skillnaden blir på riktigt när vi skapar tillsammans – så bygger vi trygghet och möjligheter i Sörmland, avslutar Carolina.

För ytterligare information kontakta

Carolina Nilsson, chef Kommunikation och Marknad på LF Sörmland,
telefon: +46 732 21 99 19, e-post: carolina.nilsson@lfs.se

Ulrika Malm, kommunikatör på LF Sörmland,
telefon: +46 732 23 24 47, e-post: ulrika.malm@lfs.se

Länk till Länsförsäkringars pressrum: <https://www.lansforsakringar.se/privat/om-oss/press-media/>

Om oss

LF Sörmland är ett kundägt, lokalt och självständigt bolag. Vi ger sörmlänningar och sörmländska företagare möjlighet till utveckling genom vår nära service och vårt breda erbjudande inom sparande, lån, försäkring, boende, hälsa och pension. Genom vårt engagemang i samhället bidrar vi till ett hållbart liv för alla sörmlänningar. Vi ingår i Länsförsäkringsgruppen som består av 23 lokala länsförsäkringsbolag och det gemensamt ägda Länsförsäkringar AB. Tillsammans skapar vi trygghet och möjligheter för alla sörmlänningar för all tid.
