

Anseendeindex Insamling och givande 2025

Allmänhetens upplevelse av
insamlingsorganisationer i Sverige

November 2025

verian 



Givarna, allmänheten och omvärlden – anseendet spelar roll

Anseendeindex Insamling och givande 2025

Anseendet som framgångsfaktor

Verians Anseendeindex Insamling och givande handlar inte bara om den svenska allmänhetens tilltro till eller personliga intryck av en viss insamlingsorganisation. Det berättar också om vilken kvalitet och framgång som svenskarna tillskriver aktören i fråga.

Ett gott anseende ger större frihet i relationen till politiker och andra beslutsfattare. Det ger också goda förutsättningar att över tid vara både framgångsrik inom sitt ansvarsområde och skapa stolthet hos medarbetare. Fördelarna i kontakten med viktiga aktörer är tydliga.

Elfte mätningen av anseende

I kombination med andra organisationer har vi mätt anseende för insamlingsorganisationer i elva år. Det du läser nu är däremot den tredje separata rapporten enbart för aktörer inom insamling och givande.

Vi på Verian tar fram anseendeindex för att bygga egen kunskap om vad som driver anseende. Vi erbjuder också mätningen som underlag för fördjupade insikter och samtal kring anseendets påverkan på verksamheten.

Högst anseende 2025

Barncancerfonden (79) fortsätter att toppa mätningen, men avståndet krymper till övriga i toppen. På topp fem är det stabilt med samma organisationer som förra året: **Läkare Utan Gränser** (78), **Min Stora Dag** (77), **Cancerfonden** (76) och **Bris** (69).

Överlag är resultaten stabila. Men till skillnad från förra året finns det i år två större uppgångar som också är statistiskt säkerställda, **Oxfam** (+10) och **Röda Korset** (+8).

Små förändringar i kännedom

Det sker väldigt små förändringar på andelen god kännedom (känner till ganska eller mycket bra) för de olika organisationerna. I år kan möjligen Röda Korset dra anseendemässig fördel av att de är den mest kända insamlingsorganisationen.

Tre av de mest välkända organisationerna återfinns på topp fem i anseendeindex: Barncancerfonden, Cancerfonden och Bris.

Mediebildens fortsatt viktigast

För att bygga både kännedom (hög räckvidd) och anseende (rätt budskap) hos allmänheten är nyheter i media avgörande för insamlingsorganisationerna. Liksom 2024 är nyheter i media den viktigaste kontakten (47%). Sedan följer som förra året reklam och sociala medier, men båda ökar något. Sociala medier går från 15 till 19 procent.

Givarviljan vänder uppåt igen

Förra året svarade 40 procent att det är ganska eller mycket troligt att de kommer att stötta en insamlingsorganisation (2023: 50%). I år vänder det uppåt igen och 44 procent svarar mycket eller ganska troligt.

Kampen om givarna är således fortsatt tuff, men möjligen kan en mer positiv syn på den egna ekonomin bidra till den ökade givarviljan.

Vill du veta mer om resultaten, diskutera dem eller fråga om metoden; hör av dig!

Erik Lundbom, senior analytiker
erik.lundbom@veriangroup.com

Högt Anseende 2025

Anseendeindex

verian 

Ett anseendeindex över 75 är högt för insamlingsorganisationer i Sverige. Enligt allmänheten gäller det följande 2025:

- Barncancerfonden
 - Läkare Utan Gränser
 - Min Stora Dag
 - Cancerfonden
-

Från kännedom till anseende och rekommendation



Anseendeindex Insamling Fem i topp 2025

Barncancerfonden	79
Läkare Utan Gränser	78
Min Stora Dag	77
Cancerfonden	76
Bris	69

Ökade mest Sedan 2024

Oxfam	+10
Röda Korset	+9
Övriga förändringar ligger inom felmarginalen och är inte statistiskt signifikanta.	

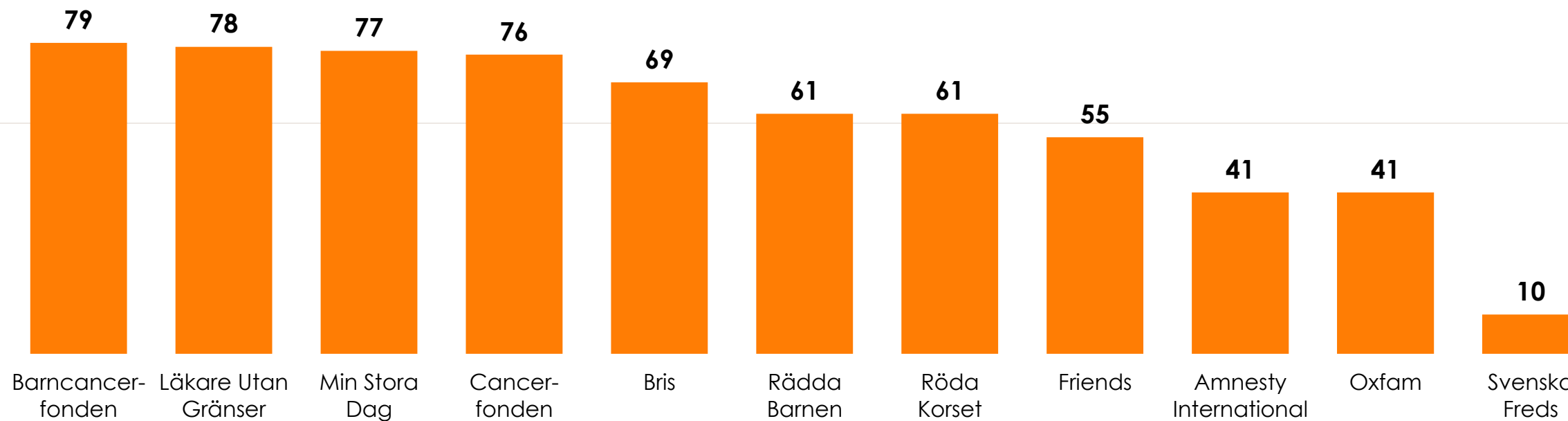
Minskade mest Sedan 2024

Inga förändringar är statistiskt signifikanta, de ligger inom felmarginalen.

Ett stort spann mellan högsta och lägsta anseendet

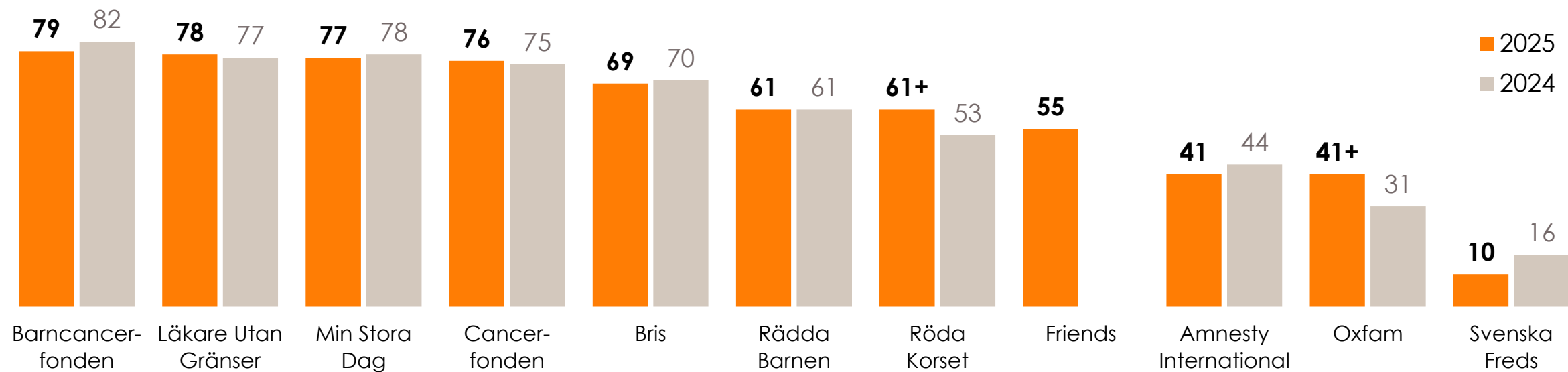
Anseendeindex Insamling och givande 2025

Genomsnitt: 59



Jämförelse: Förändring i anseende mellan 2024 och 2025

Anseendeindex Insamling och givande 2025



Om undersökningen

Metod, urval och mätperiod

11

Organisationer

3 658

Totalt antal intervjuer

18-79

**Ålder på dem
som svarat**

Anseendeindex Insamling 2025 bygger på svaren från ett slumpmässigt urval personer i Sifos rikrepresentativa onlinepanel, 18-79 år.

Bara den som har uppgett kännedomsnivå 2-5 (skala 1-5) för de utvärderade organisationerna har fått besvara de specifika frågorna. Intervjuerna genomfördes online.

Totalt ingår 11 organisationer i årets undersökning. Svaren samlades in 17-29 oktober 2025.

15 års perspektiv

Sedan 2010 och under flera tidigare namn, som TNS Sifo och Kantar Public, har vi mätt anseende för företag, lärosäten, myndigheter och organisationer.

Nu heter vi Verian. Allt annat är lika.
www.veriangroup.com/sv

Läs mer om anseende [på vår sajt](#) där du också hittar fjolårets rapport samt rapporterna för övriga samhällsaktörer.



Fem frågor som beskriver ert anseendes styrka

Verian Anseendeindex beskriver tydligt vad ni behöver fokusera på för att etablera, stärka eller återuppbygga anseendet.

Ert resultat beräknas utifrån allmänhetens värdering av den enskilda organisationen, myndigheten eller verksamheten och baseras på **fem indexfrågor**, som du ser här till höger.

Svaren på dessa fem vägs samman till ett indextal som oftast ligger mellan 0 och 100. **Ju högre värde, desto starkare är anseendet.** I mycket sällsynta fall kan anseendeindex passera 100. Mindre sällan ser vi samhällsaktörer landa i ett negativt resultat.

Det är bara de som svarar att de känner till er organisation mycket bra, ganska bra eller något, som får svara på de fem indexfrågorna.

Indexfrågorna beskriver anseendets styrka

1. Övergripande rykte

Känslomässig koppling,
emotionella faktorer

2. Personligt intryck

3. Tillit

Organisationens kompetens,
rationella faktorer

4. Kvalitet

5. Framgång

Nu heter vi Verian – anseende har vi mätt sedan 2010



Att ge kraft till beslut som formar samhället

Det som en gång var Sifos samhällsundersökningar, som nyss kallades för Kantar Public, har bytt namn och heter nu Verian. Allt annat är som förut; samma tjänster och samma människor.

Sedan 1954 fram till idag har vi under olika namn genomfört undersökningar med hjälp av klassiska metoder och utifrån vetenskapliga grundprinciper.

Vårt huvudfokus har varit och fortsätter vara samhällsundersökningar.

Vi ger kraft till beslut som formar samhället.

Anseende: Allmänhetens bild och upplevelse

Anseendeindex Företag

Drygt 50 företag i 10 olika branscher. Årligen sedan 2010.

Anseendeindex Organisationer

Drygt 40 organisationer. Årligen sedan 2011.

Anseendeindex Myndigheter

Runt 50 av de mest välkända myndigheterna. Årligen sedan 2012.

Anseendeindex Lärosäten

Svenska universitet och högskolor. Årligen sedan 2012.

Anseendeindex Insamling och givande

Aktörer i Sverige. Sedan 2023.

Läs rapporterna på www.veriangroup.com/se

Hör gärna av dig!



Erik Lundbom

erik.lundbom@veriangroup.com

+46 733 14 77 26

www.veriangroup.com/sv



Powering decisions
that shape the world.

© 2025 Verian Group. All rights reserved. Please see www.veriangroup.com for further details.