

Färsk Demoskop: AIK i topp i år igen

Demoskop har på uppdrag av Sport & Affärer frågat svenska folket vilka tre svenska idrottsklubbar de anser har det starkaste varumärket. Vi utformade frågan på det sättet för att de som svarat inte enbart skulle lyfta fram sitt eget favoritlag. Undersökningen skedde i januari och det här är tredje året som undersökningen utförs. Resultatet publiceras varje år i Sport & Affärer nr 1 i Dagens industris riksupplaga samt på Sport & Affärens hemsida www.sportaffarer.se/ldrottsklubbarnas-varumarken.

AIK med toppplaceringar i fotbollsallsvenskan senaste åren och med hockeylaget i SHL (om än på väg ut i år) toppar åter igen. Djurgårdens idrottsvarumärke står sig starkt liksom fotbollsförningen IFK Göteborgs. De tre toppande klubbarna har alla en lång historia med många sportsliga framgångar genom åren. Skellefteås färsk framgångar syns i resultaten precis som vi såg att Brynäs tidigare SM-guld gav dem en lite skjuts upp i tabellen förra året. Men det är svårt för klubbarna utanför storstäderna att nå en topp-placering. Hammarby kan säkert tillskriva sin relativt höga placering tack vare både bandy och handbollslagets positioner.



gångar syns i resultaten precis som vi såg att Brynäs tidigare SM-guld gav dem en lite skjuts upp i tabellen förra året. Men det är svårt för klubbarna utanför storstäderna att nå en topp-placering. Hammarby kan säkert tillskriva sin relativt höga placering tack vare både bandy och handbollslagets positioner.

Kort om undersökningen:

Frågan som ställts till respondenterna:

– Vilka tre svenska idrottsföreningar eller klubbar anser du har det starkaste varumärket?

Frågan har utformats på det sättet för att undvika att man enbart röstar på sin egen favoritklubb. Undersökningen är genomförd inom ramen för Demoskops telefonomnibus under perioden 28 januari och 5 februari.

Urvalet i undersökningen görs med Demoskops standard för telefonnummerbaserade befolkningsurval. Urvalet är riksrepresentativt och kan sägas utgöra ett mini-Sverige.




















Resultaten baseras på 1 000 genomförda intervjuer med personer mellan 18 -89 år.

Urvalsprincipen är densamma som i Demoskops månatliga väljarundersökningar som publiceras i Expressen.

Procentandelarna i resultaten utgör antalet svar för en viss klubb i förhållande till det totala antalet klubbar som nämnts.

HÄR ÄR IDROTTSKLUBBARNAS MED STARKAST VARUMÄRKEN ENLIGT SVENSKA FOLKET:

(Förra årets placering inom parentes)

	1. AIK (1)	17,4%
	2. IFK GÖTEBORG (2)	15,8%
	3. DJURGÅRDEN (3)	12,6%
	4. MALMÖ FF (4)	10,1%
	5. HAMMARBY (6)	6,9%
	6. LEKSAND (9)	4,4%
	7. FÄRJESTAD (5)	4,4%
	8. FRÖLUNDA (8)	3,4%
	9. BRYNÄS (7)	3,0%
	10. SKELLEFTEÅ AIK (13)	2,7%
	11. HV 71 (10)	2,6%
	12. HELSINGBORGS IF (12)	1,5%
	13. ELFSBORG (14)	1,3%
	14. MODO HOCKEY (11)	1,3%
	15. GAIS (17)	1,0%
	16. LULEÅ HOCKEY (16)	0,8%
	17. LINKÖPING HC (15)	0,4%
	18. HÄCKEN (18)	0,3%
	19. KALMAR FF (19)	0,1%
	ÖVRIGA KLUBBAR TOT.	10,0%

KÄRNVÄRDEN HOS DE TIO STARKASTE VARUMÄRKENA BLAND SVENSKA IDROTTSKLUBBAR:

AIK: Passion, stolthet och tradition.

IFK Göteborg: Passion, professionalism och kamratskap.

Djurgården: Glädje, värdighet, respekt - alltid oavsett

Malmö FF: Öppenhet, professionalism och vinnarinstinkt.

Färjestads BK: Målmedvetenhet, trovärdighet och professionalism.

Hammarby IF: Rötter, ambition, gemenskap, respekt och kärlek.

Brynäs IF: Stolthet, hunger, engagemang och gemenskap.

Frölunda Indians: Mod, passion och gemenskap.

Leksands IF: Stolthet, tradition, respekt.

Skellefteå AIK: Tillsammans jobbar, växer och vinner vi

Hela undersökningen kan beställas på: kontakt@sportaffarer.se