

Den stora studien om personalförmåner

2026

epassi



Innehåll.

Introduktion till Den stora studien om personalförmåner 2026	3
Förmånernas roll i rekrytering och retention	8
Att anpassa förmånsinvesteringar efter medarbetarnas behov	16
Varför anställda stannar – och varför de slutar	26
Förmånernas effekt på medarbetarnas nöjdhet	32
Från förmåner till effekt – att stänga gapet	38
Välmående på jobbet: från investering till effekt	45
Hybridarbete fungerar – men inte för alla	51
AI:s intåg på arbetsplatsen – möjlighet eller hot?	56
Det svenska förmånslandskapet	62

Introduktion till Den stora studien om personalförhöjningar 2026: Studiens struktur, viktiga definitioner och data.

9%

40%

9%

42%



Bild relaterad till sida 5.

Den stora studien om personalförmåner utvidgar 2026 undersökningen till Spanien och Portugal.

Den stora studien om personalförmåner 2026 (GEBS2026) ger en översikt av personalförmånerna i Europa utifrån perspektivet i Sverige, Finland, Italien, Storbritannien (UK), Nederländerna (NL), Tyskland, Spanien och Portugal.

Den tvåsidiga studiedesignen utforskar skillnaderna mellan medarbetar- och arbetsgivarperspektiv och genererar därigenom handlingsbara resultat för strategisk planering av personalförmåner.

Studien fokuserar på klassiska teman som jämförelse av medarbetarnas intressen med organisationernas avsikter att investera i framtida förmåner, samt på mer aktuella ämnen som AI, medarbetarnas välmående och distansarbete.

Studien genomförs för fjärde året i rad. Forskningen har utformats av professorer och forskare vid Aalto-universitetet. Forskningen genomfördes av tankesmedjan Pole Star Advisory i samarbete med Epassi.



Anställda



Arbetsgivare

Definitioner.

Personalförmåner.

Personalförmåner avser icke-lönemässiga ersättningar som arbetsgivare erbjuder sina anställda utöver lönen. Studien innefattar inte lagstadgade förmåner, utan syftar att undersöka andra former av personalförmåner.

Det kan röra sig om allt ifrån lunchförmåner till flexibla arbetsförhållanden eller olika typer av hälsosatsningar. Som personalförmåner räknas dock även tilläggsförmåner in, vilka erbjuds utöver de lagstadgade förmånerna, så som mer omfattande typer av försäkringar.

Personligt välmående.

Personligt välmående omfattar det holistiska tillståndet för en individs fysiska, mentala och känslomässiga hälsa och tillfredsställelse.

Detta sträcker sig längre än bara den fysiska hälsan, och lägger stor vikt vid faktorer så som en positiv arbetsmiljö, möjligheter till utveckling, meningsfulla uppgifter, självständighet och en sund balans mellan arbetsliv och fritid.

Europeisk data från 8 länder.

I studien deltog totalt 8 000 anställda samt 3 147 ledande befattningshavare och HR-beslutsfattare som representanter för arbetsgivare i åtta europeiska länder. Studien riktade sig till företag med fler än 50 anställda i varje land och över samtliga regioner.

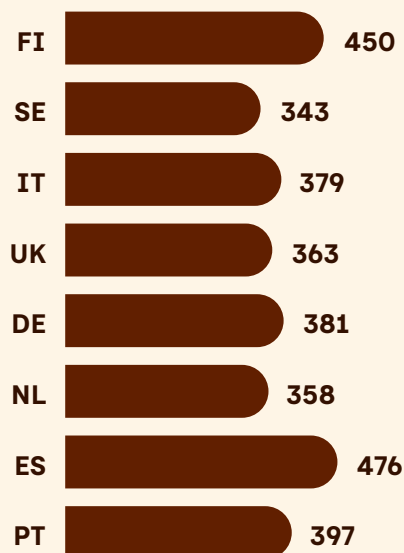
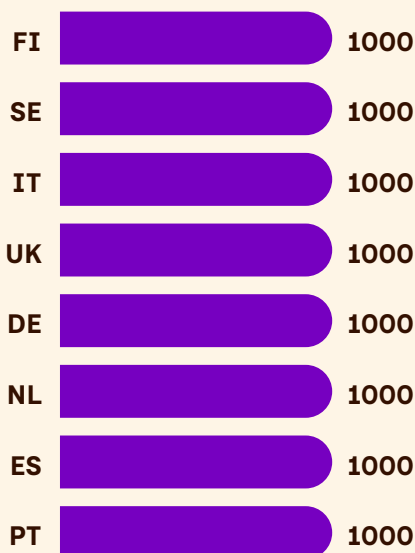
Under åren har antalet svar ökat stadigt sedan 2023, vilket återspeglar GEBS-studiens fortsatta expansion till nya europeiska marknader. Denna tillväxt indikerar att GEBS i allt högre grad befäster sin position som en ledande barometer för personalförmåner i Europa. Data för GEBS2026 samlades in via en enkät online i februari–mars 2026.

8000

Totalt urval
– anställda.

3147

Totalt urval
– arbetsgivare.



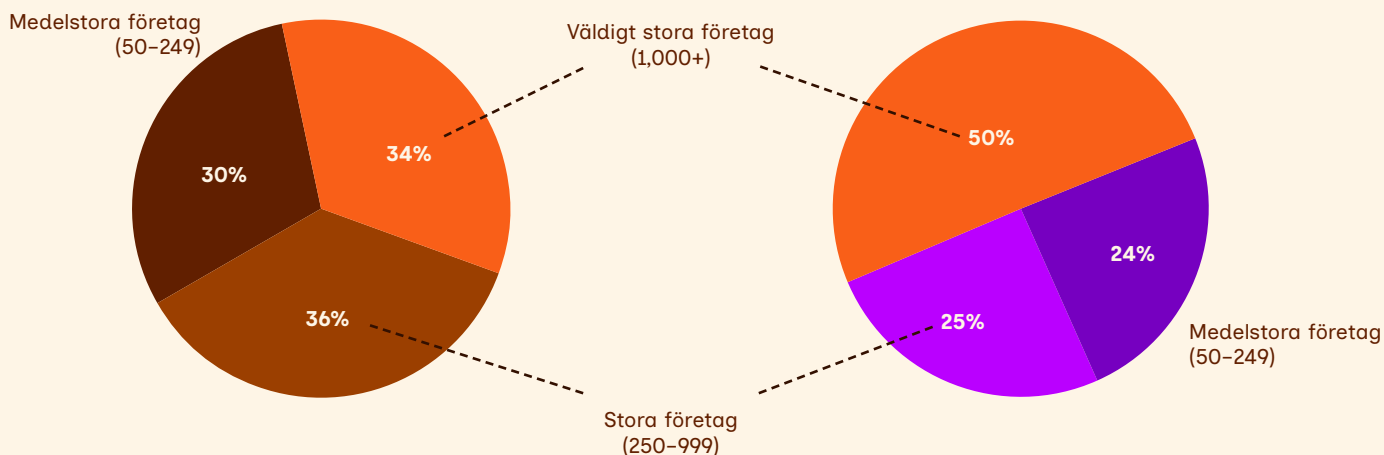
*Italien och Storbritannien lades till i GEBS i början av 2024, Tyskland och Nederländerna 2025, och Spanien och Portugal 2026. Respondentdata samlades därför inte in för dessa länder före respektive år för inkludering.

Beskrivande data om de svenska respondenterna.

Svar utifrån organisationsstorlek.

Arbetsgivare.

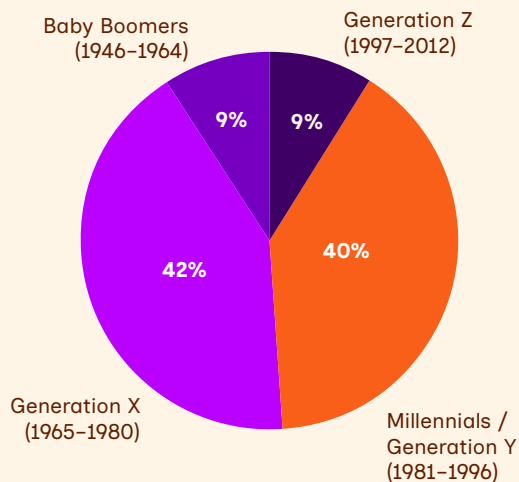
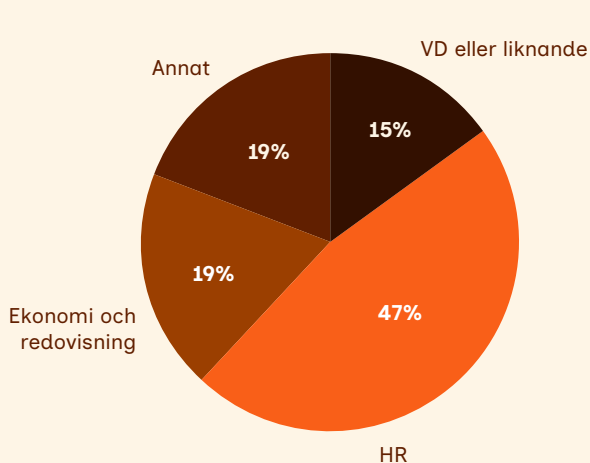
Anställda.



Svar utifrån befattning.

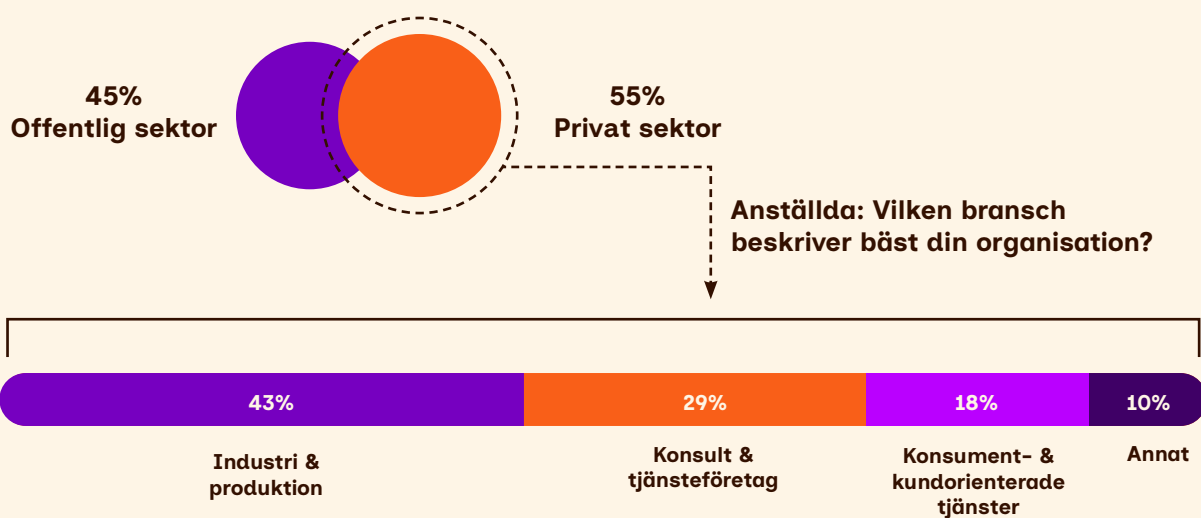
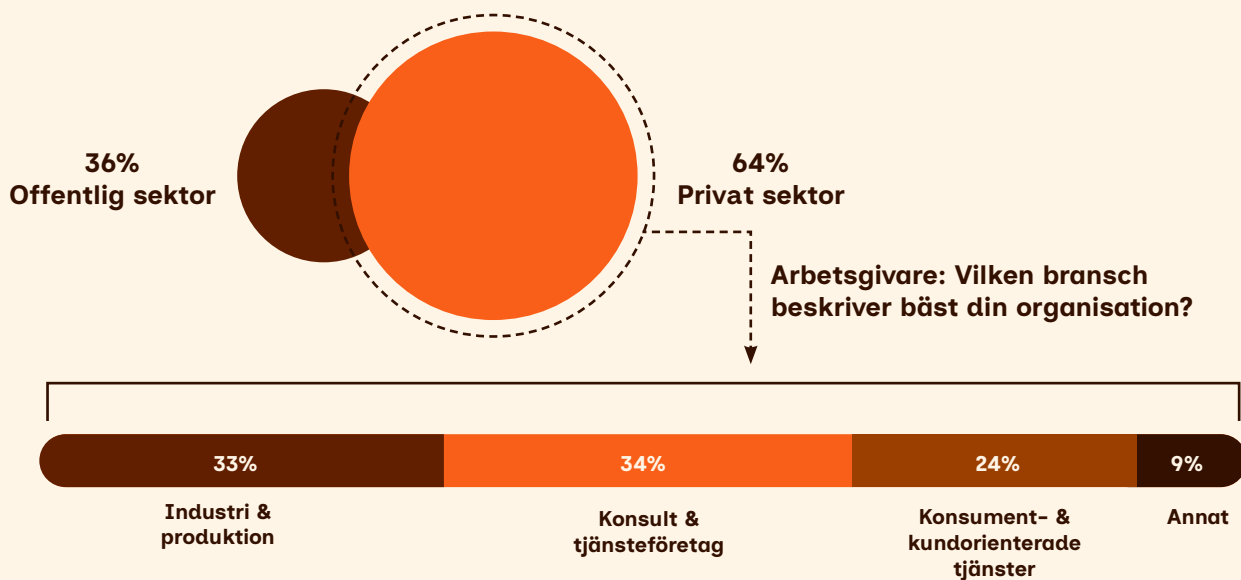
Arbetsgivare.

Anställda.



Beskrivande data om de svenska respondenterna.

Svar utifrån organisationstyp.



Förmånernas roll i rekrytering och retention.

Medarbetarnas förväntningar på förmåner ökar, och organisationer börjar i allt högre grad förstå deras strategiska betydelse. På samtliga marknader ses förmåner inte bara som en viktig drivkraft för arbetsgivarvarumärket och tillfredsställelsen på jobbet – utan som en avgörande faktor när kandidater väljer arbetsgivare.

Samtidigt finns ett tydligt gap mellan arbetsgivarnas uppfattning och medarbetarnas förväntningar. Trots att arbetsgivare känner till

förmånernas betydelse underskattar de ofta hur starkt de påverkar kandidaters beslut – inklusive viljan att byta lön mot bättre förmåner.

Förmåner är med andra ord en central del av medarbetarnas värdeerbjudande. Organisationer som vill förbli konkurrenskraftiga behöver bli bättre på att möta medarbetarnas faktiska förväntningar – inte bara erbjuda förmåner, utan erbjuda rätt förmåner.

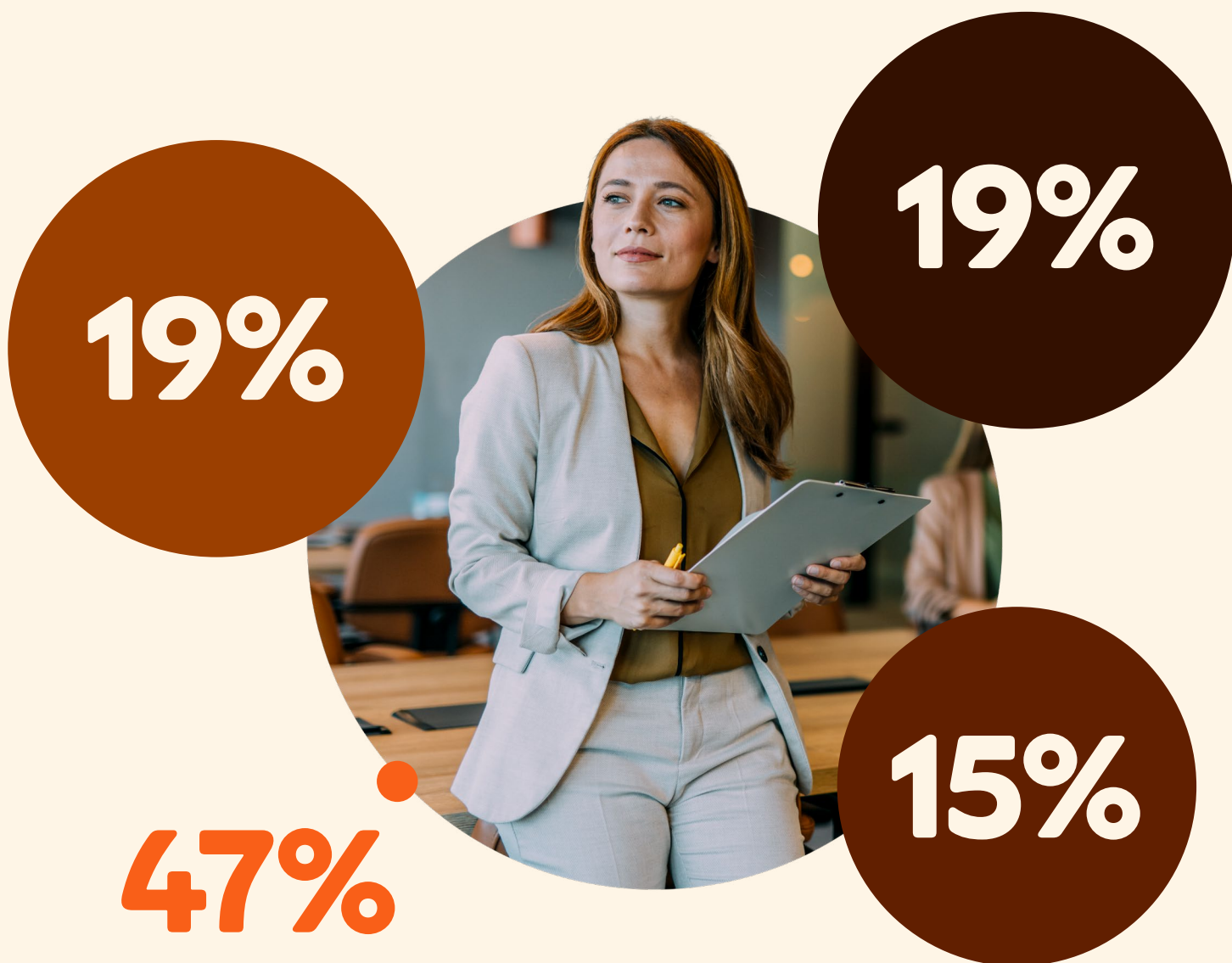


Bild relaterad till sida 5.

Förmåner förblir en nyckelfaktor vid valet av nytt jobb.

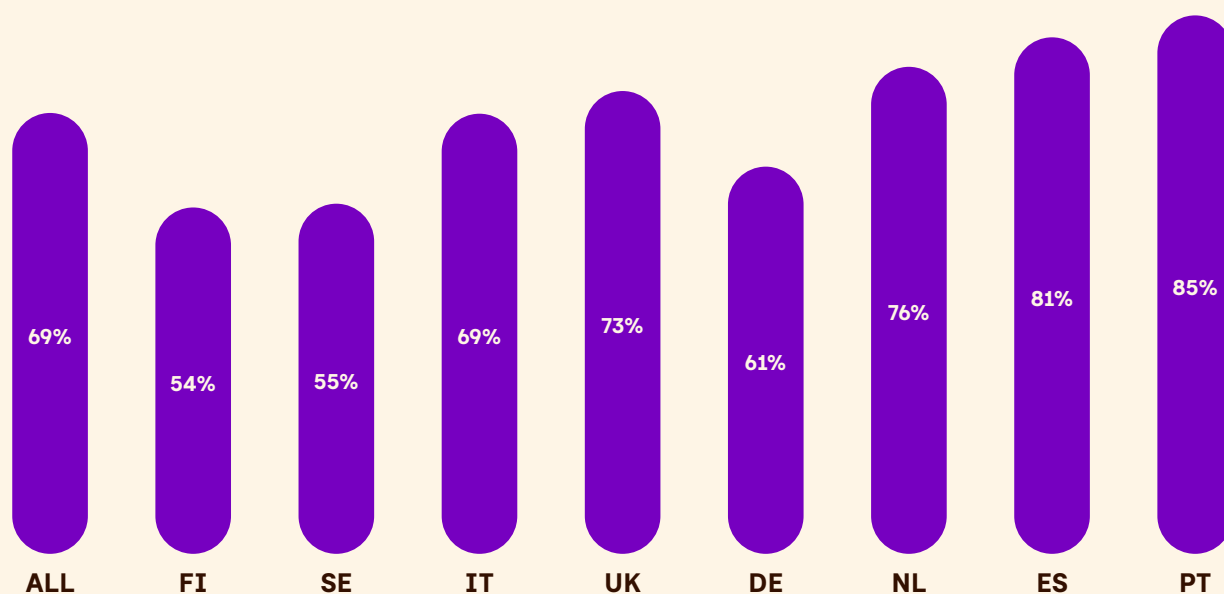
Den upplevda betydelsen av förmåner varierar kraftigt inom Europa, där sydeuropeiska marknader visar avsevärt starkare övertygelse än sina nordliga och centraleuropeiska motparter.


Förmånernas inverkan (Anställda, Sverige).

Hur viktiga är förmåner för dig när du överväger ett nytt jobb?

55%

av anställda på samtliga marknader skulle till och med tacka nej till ett jobberbjudande om förmånspaketet visade sig vara svagt.



 Viktiga eller väldigt viktiga

Hur medvetna är arbetsgivarna om förmånernas betydelse?

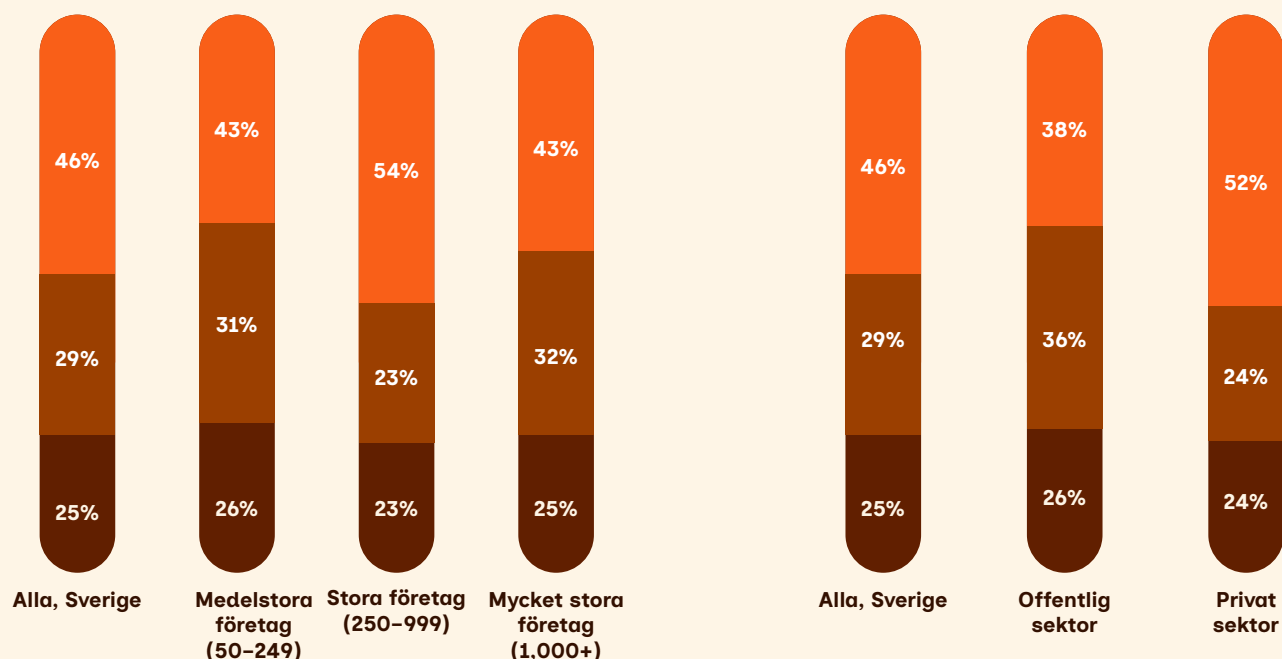
Arbetsgivare ser i allt högre grad förmåner som en avgörande faktor vid rekryteringsbeslut, och det är större och privatägda organisationer som har den starkaste övertygelsen.

Förmånernas inverkan (Arbetsgivare, Sverige).

Potentiella medarbetare skulle tacka nej till ett jobberbjudande på grund av ett otillfredsställande förmånspaket.

64%

av arbetsgivarna uppger att ett bristfälligt förmånspaket kan leda till att de förlorar talanger.



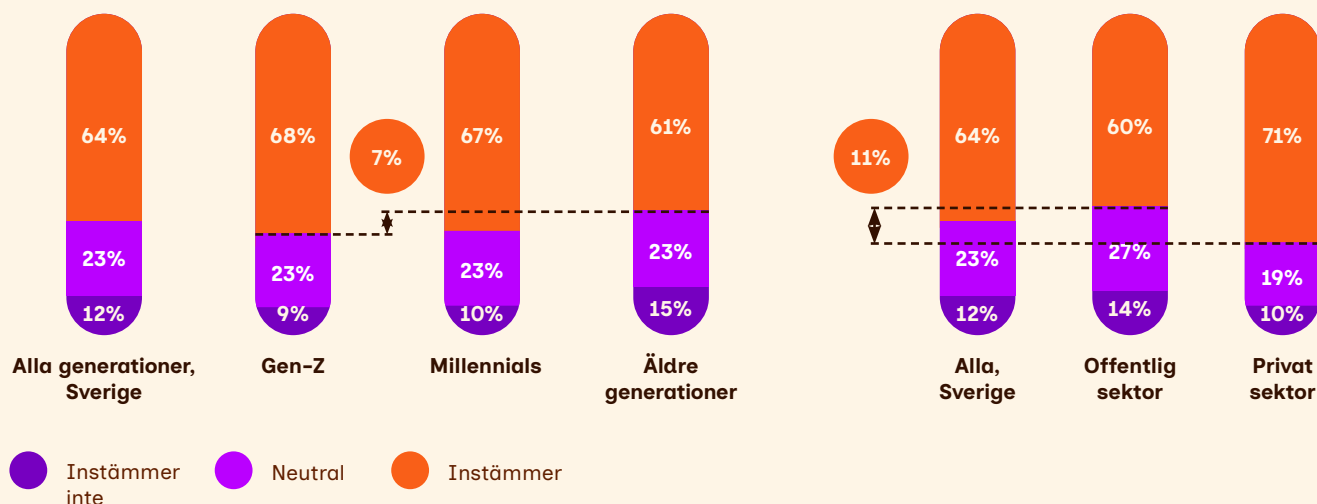
● Instämmer inte ● Neutral ● Instämmer

Förmånspaketet påverkar arbetsgivarvarumärket.

En stor majoritet av de anställda anser att förmåner formar deras uppfattning om arbetsgivaren, och effekten är mest uttalad i den privata sektorn och bland yngre generationer.

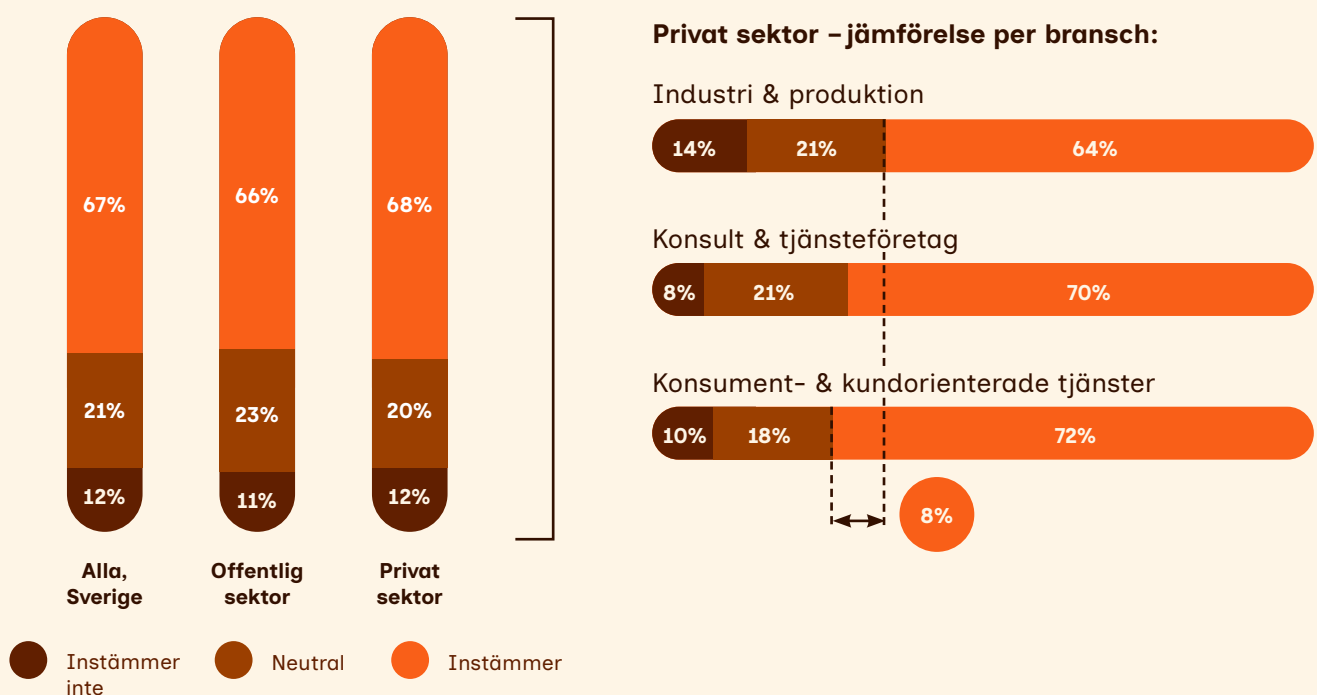
Förmånernas inverkan (Anställda, Arbetsgivare, Sverige).

Anställda: Förmånspaketet har stor inverkan på min uppfattning om arbetsgivaren.



Arbetsgivare håller i stort sett med om att förmåner i hög grad formar arbetsgivarvarumärket, med konsensus inom alla sektorer – men övertygelsen är starkast i Konsument- & tjänsteorienterade organisationer.

Arbetsgivare: Förmånspaketet har stor inverkan på vårt arbetsgivarvarumärke.



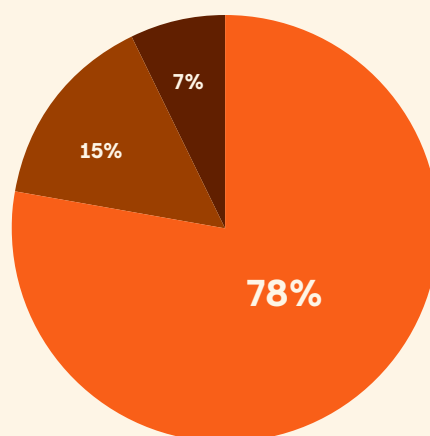
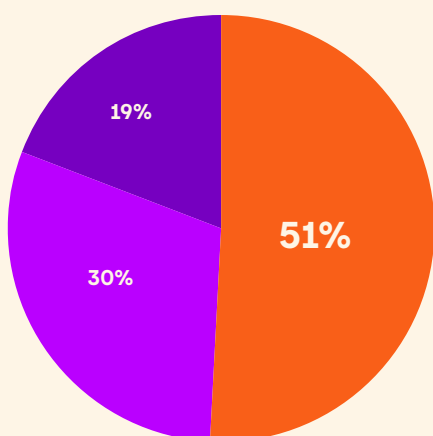


Hur mycket kan förmånspaketet driva tillfredsställelse på jobbet?

Förmåner och tillfredsställelse på jobbet (Anställda, Arbetsgivare, Sverige).

Anställda: Min tillfredsställelse på jobbet drivs i hög grad av förmånspaketet.

Arbetsgivare: Förmåner är en viktig drivkraft för våra medarbetares tillfredsställelse på jobbet.



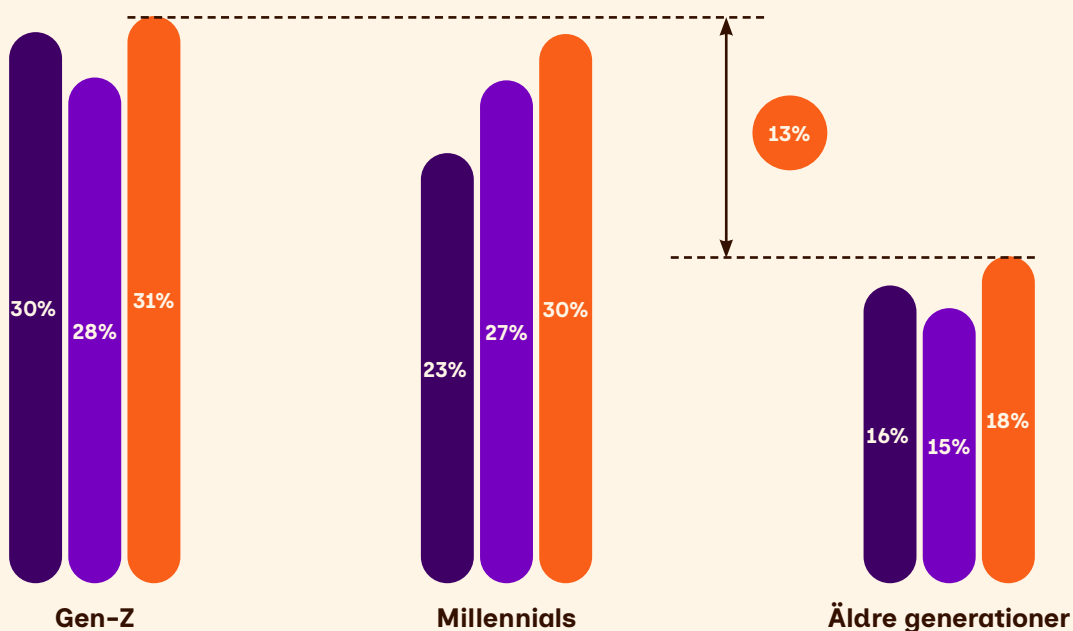
Instämmer inte Neutral Instämmer

Allt fler väljer förmåner framför högre lön – särskilt bland unga.

Yngre generationer är i allt högre grad villiga att byta lön mot förmåner, och Millennials visar den kraftigaste ökningen – vilket vidgar gapet till äldre generationer som fortfarande är betydligt mindre benägna att göra den avvägningen.

Värdet av förmåner (Anställda, Sverige).

Jag skulle vara villig att acceptera en lägre lön i utbyte mot ett mer omfattande och förbättrat förmånspaket.



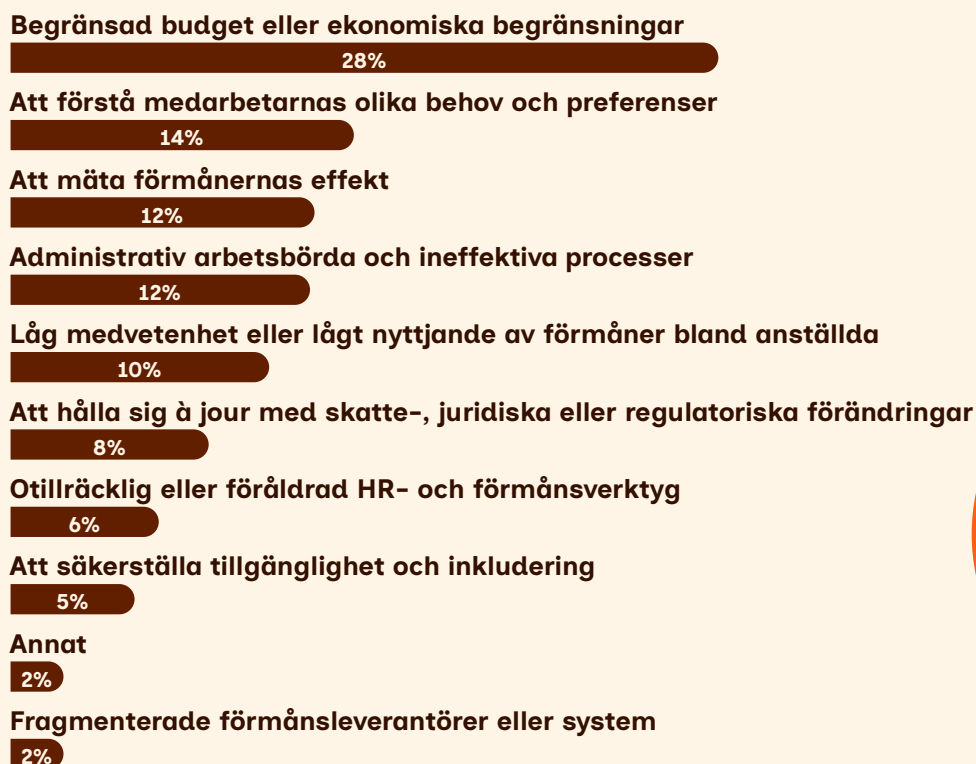
● Instämmer (2024) ● Instämmer (2025) ● Instämmer (2026)

De största utmaningarna vid hantering av personalförmåner 2025.

Trots att budgettrycket är den främsta utmaningen vid förmånsstyrning brottas organisationer lika mycket med att förstå medarbetarnas behov, mäta effekter och hantera den administrativa bördan.

Utmaningar vid hantering av förmåner (Arbetsgivare, 8 länder).

Vilken faktor var den största utmaningen vid hanteringen av personalförmåner under det föregående året (2025)?



HR:s viktigaste strategiska prioritering de kommande tre åren.

Attraktion och retention av talanger dominerar HR-agendan, med kompetensutveckling och välmående tätt efter – medan AI-integration och teknikomvandling fortsatt är en perifer prioritering för de flesta organisationer.

Strategiska HR-prioriteringar (Arbetsgivare, 8 länder).

Vilket HR-område blir mest strategiskt viktigt för din organisation under de kommande tre åren?



Att anpassa förmånsinvesteringar efter medarbetarnas behov.

Organisationer ökar sina investeringar i personalförhöjningar med starkt fokus på välmående och retention – men hur dessa investeringar prioriteras stämmer inte alltid överens med vad medarbetarna faktiskt värdesätter mest. Arbetsgivare betonar välmående, lärande och nya förmånskategorier, medan medarbetare prioriterar ekonomisk relevans och vardaglig nytta. Samtidigt fortsätter ekonomiska påfrestningar att påverka investeringsbesluten och begränsar eller

omdirigerar budgetar i många organisationer.

Det pekar på en strukturell utmaning: organisationer måste balansera strategiska prioriteringar, kostnadsbegränsningar och medarbetarnas förväntningar – samtidigt. Att minska detta gap är avgörande för att säkerställa att förmånsinvesteringar verkligen omsätts i upplevt värde och konkret effekt.

26%

27%

47%



Bild relaterad till sida 22.

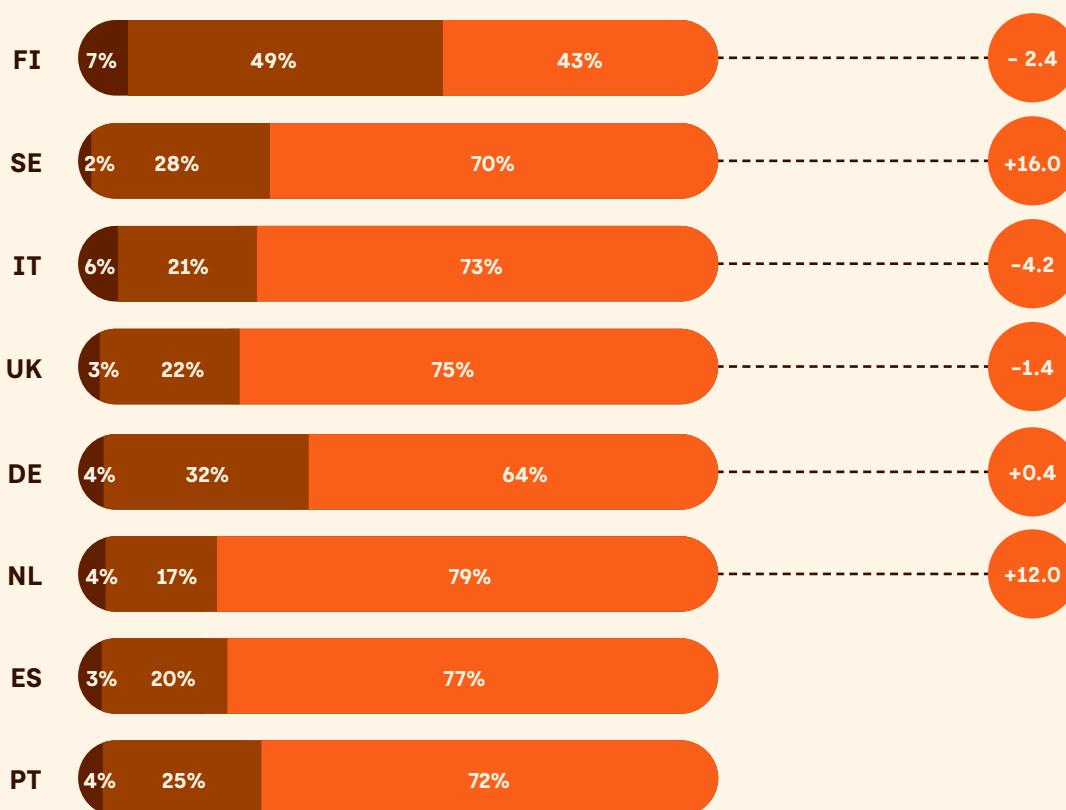
De flesta arbetsgivare planerar att öka förmånsinvesteringarna 2027.

Arbetsgivare i Europa planerar i stort sett att öka sina förmånsbudgetar, och mycket få planerar att minska utgifterna – vilket signalerar ett starkt och konsekvent engagemang för att öka investeringarna i personalförhöllanden.

Förmånsinvesteringar (Arbetsgivare, 8 länder).

Organisationer klassificerade utifrån förväntade förändringar i förmånsinvesteringar för 2027.

Årlig förändring för budgetökare (procentenheter):



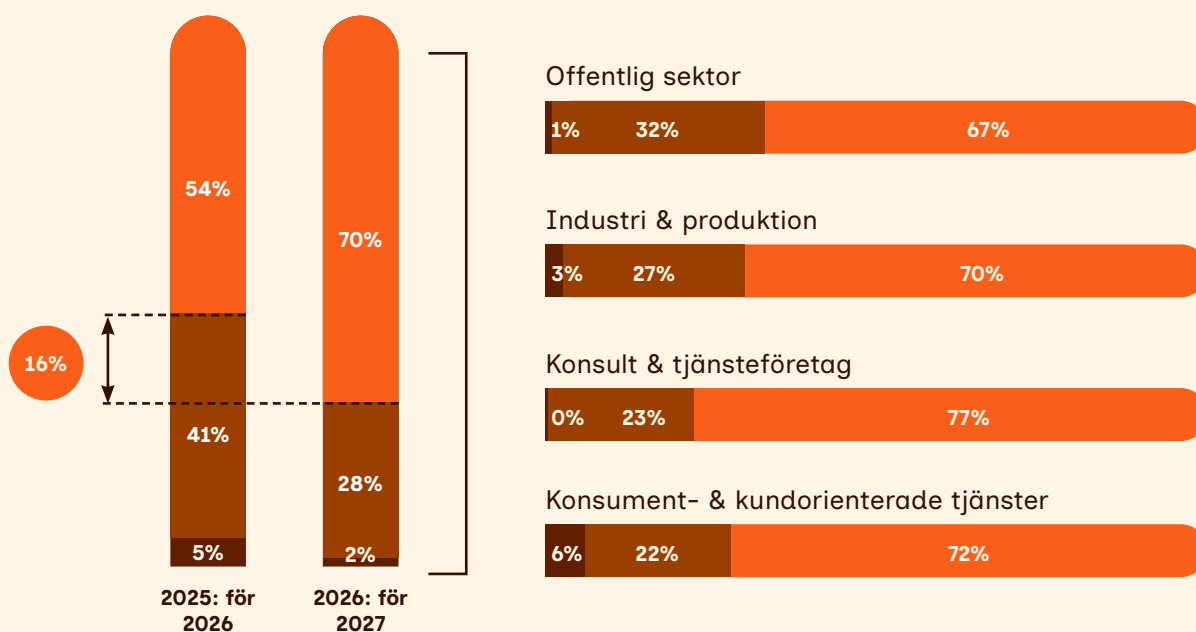
● Budgetnedskärare ● Budgetbehållare ● Budgetökare

Förmånsinvesteringarna ökar i Sverige.

Arbetsgivarnas vilja att öka förmånsinvesteringarna växer markant år för år, och fler organisationer skiftar från en 'håll nivån'-mentalitet till aktivt investerande – särskilt inom konsult- och tjänstedrivna sektorer.

Förväntade förmånsinvesteringar (Arbetsgivare, Sverige).

Förväntade förändringar när det gäller förmånsinvesteringar i Sverige.



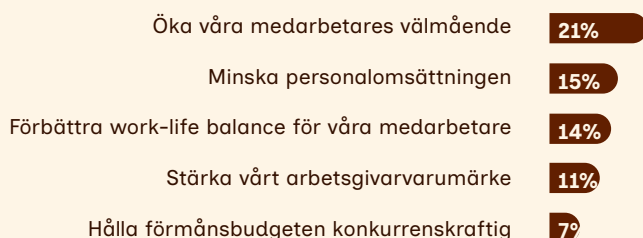
● Budgetnedskärare ● Budgetbehållare ● Budgetökare



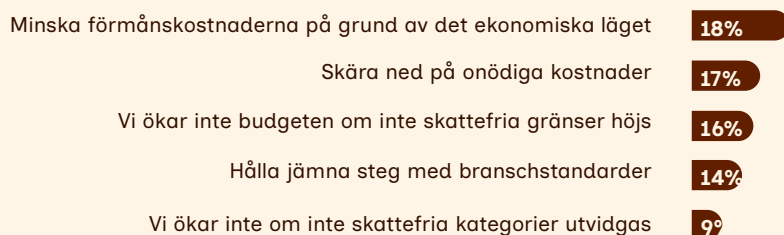
De viktigaste drivkrafterna och hindren för förmånsinvesteringar.

Skäl till förmånsinvesteringar (Arbetsgivare, Sverige).

Vad driver er organisations beslut att öka investeringarna i förmåner?



Vad driver er organisations beslut att minska eller behålla investeringarna i förmåner?



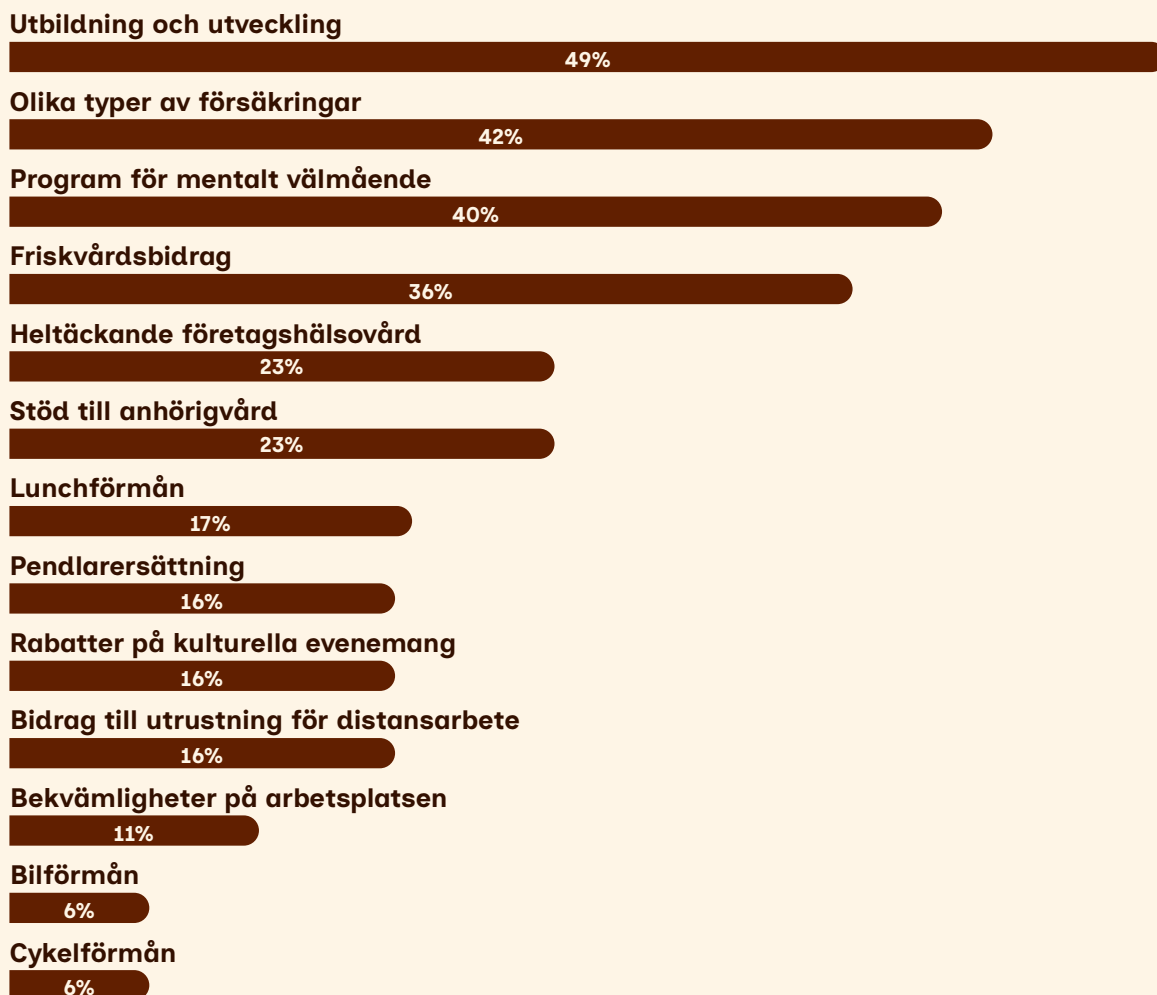
*Visas för arbetsgivarrespondenter uppdelade efter om de planerar att öka eller minska sin förmånsbudget 2027 jämfört med 2026.

Gapet mellan arbetsgivarnas prioriteringar och medarbetarnas förväntningar.

Utbildning och utveckling toppar arbetsgivarnas investeringsprioriteringar, tätt följt av försäkringar och program för mentalt välmående – vilket återspeglar en förskjutning mot mer holistiskt medarbetarstöd bortom traditionellt fysiskt välmående.

Prioriteringar vid budgetallokeringar (Arbetsgivare, Sverige).

Om er organisations förmånsbudget skulle fördubblas från nuvarande nivå, vilka tre förmånskategorier skulle ni allokerat ytterligare resurser till (om alla kategorier vore tillgängliga)?



*Respondenterna valde sina tre bästa kategorier. Procentsatser visar urvalsfrekvens, varför totala summorna uppgår till ca 300%.

Gapet mellan arbetsgivarnas prioriteringar och medarbetarnas förväntningar.

Försäkringar är medarbetarnas tydligaste prioritering, tätt följt av välmående – medan professionell utveckling, trots arbetsgivarnas entusiasm, rankas lägre bland anställda.

Viktigaste förmånskategorier (Anställda, Sverige).

Vilka förmåner är viktigast för dig?*

Olika typer av försäkringar



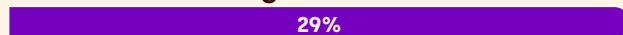
Friskvårdsbidrag



Utbildning och utveckling



Heltäckande företagshälsovård



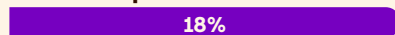
Program för mentalt välmående



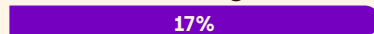
Lunchförmån



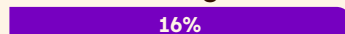
Rabatter på kulturella evenemang



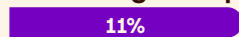
Pendlarersättning



Stöd till anhörigvård



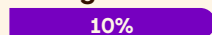
Bekvämligheter på arbetsplatsen



Bilförmån



Bidrag till utrustning för distansarbete



Cykelförmån



71%

av svenska arbetstagare instämmer i att de bästa förmånerna är de som hjälper dem att spara pengar eller betala för tjänster de ändå skulle använda.

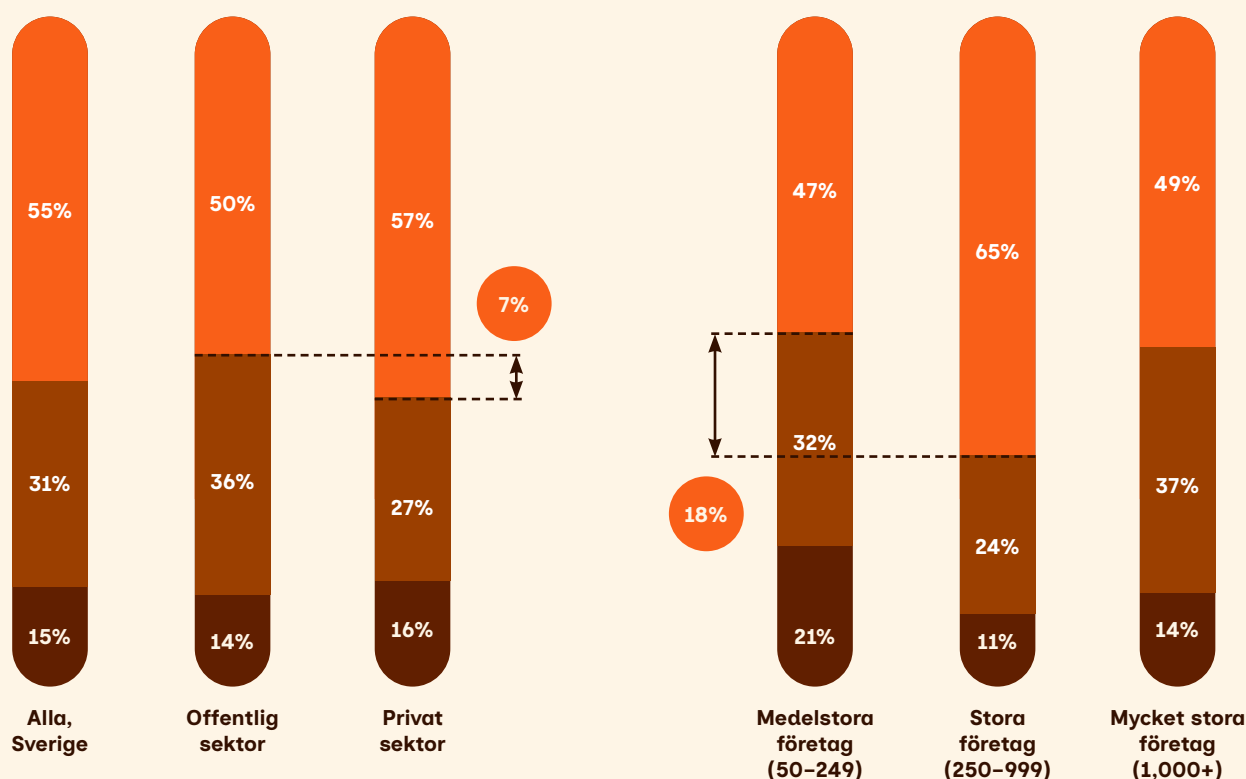
*Respondenterna valde sina tre bästa kategorier. Procentsatser visar urvalsfrekvens, varför totala summorna uppgår till ca 300%.

Skatteincitament spelar en viktig roll för ökade investeringar i välmåendeförmåner.

Skatteincitament är ett avgörande styrmedel för arbetsgivares investeringar i välmåendeförmåner – mer än hälften av arbetsgivarna är osannolika att öka utgifterna utan statliga åtgärder, och stora organisationer uppvisar starkast beroende av gynnsamma skattevillkor.

Skattefria förmåner (Arbetsgivare, Sverige).

Det är osannolikt att vi ökar vår investering i medarbetarnas friskvårdsförmån om inte regeringen höjer det skattefria beloppet..



● Instämmer inte ● Neutral ● Instämmer

*Visas endast för arbetsgivarrespondenter som erbjuder friskvårdsbidrag till sina anställda.

Både anställda och arbetsgivare stödjer utvidgning av förmåner till nya kategorier, särskilt inom den privata sektorn.

Förmånskategorier (Anställda, Arbetsgivare, Sverige).

Anställda: Jag föredrar att utvidga personalförmåner till nya områden för personliga utgifter (t.ex. hemstädning eller hotellvistelser) snarare än att öka värdet för befintliga förmåner.

Arbetsgivare: Nya förmånskategorier bör introduceras baserat på vilka typer av tjänster våra anställda använder, t.ex. hemstädning och hotellvistelser.



Instämmer inte
 Neutral
 Instämmer

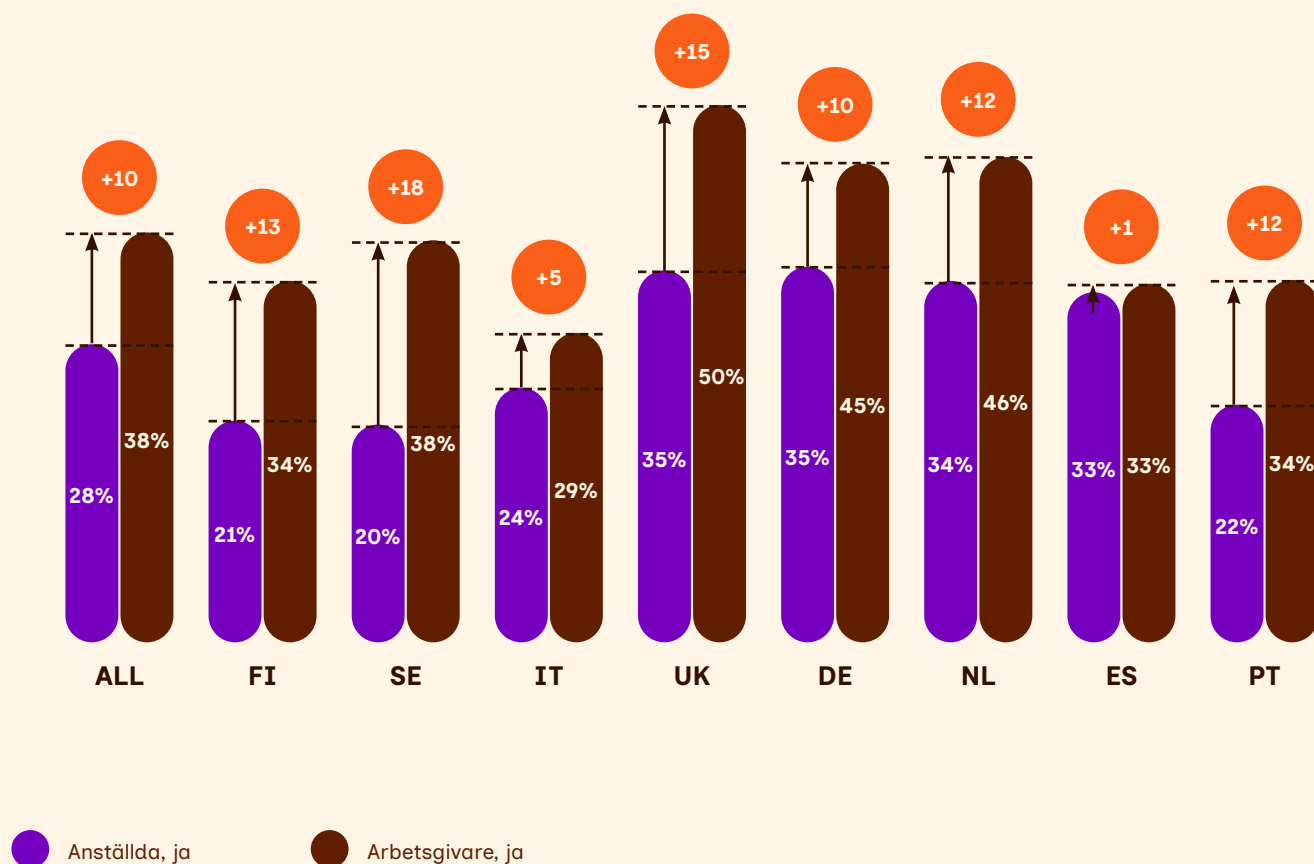
Arbetsgivare överskattar konsekvent sina investeringar i personalförmaner.

Arbetsgivare överskattar konsekvent hur deras förmånsinvesteringar uppfattas av anställda, med ett märkbart gap mellan arbetsgivarnas självbild och medarbetarupplevelsen – mest uttalat i Sverige och Storbritannien.

Uppfattningar om arbetsgivarens investeringar (Anställda, Arbetsgivare, 8 länder).

Anställda: Anser du att din arbetsgivare investerar mer i personalförmaner jämfört med liknande företag i er bransch?

Arbetsgivare: Jämfört med andra organisationer av liknande storlek och inom er bransch, investerar er organisation mer i personalförmaner?



Erkännande och ersättningsstrategier halkar efter ambitionerna.

Att se över ersättningssystemen är högt prioriterat, men upplevs som ett komplext kulturellt och teknologiskt åtagande. Eftersom endast hälften av arbetsgivarna har en tydlig långsiktig ersättningsstrategi har många organisationer fortfarande ett betydande grundarbete kvar.

Erkännande (Arbetsgivare, Sverige).

Det finns ett tydligt behov inom vår organisation av att ompröva nuvarande erkännandesystem.



Att förändra erkännandesystemet skulle kräva en betydande kulturell förändring i organisationen.



Att förändra erkännandesystemet skulle kräva en betydande teknologisk förändring i organisationen.



Vår organisation har en tydlig, långsiktig strategi för att utveckla medarbetarnas totalersättning.



● Instämmer inte ● Neutral ● Instämmer

Varför anställda stannar och varför de slutar.

Medarbetarretentionen är relativt stabil på samtliga marknader, och de flesta anställda förväntar sig att stanna hos sin nuvarande arbetsgivare på kort sikt. Denna stabilitet återspeglar dock inte nödvändigtvis ett starkt engagemang eller ambassadörskap. Trots att anställda tenderar att stanna kvar i sina roller är det övergripande ambassadörskapet lågt, vilket tyder på en mer passiv form av retention. Det antyder att många anställda inte stannar för att de är nöjda, utan på grund av begränsade alternativ. Retention drivs primärt av en kombination av kompensation och faktorer relaterade till

arbetsupplevelsen.

Även om lön fortfarande är den vanligaste orsaken till att lämna spelar faktorer som balans mellan arbete och privatliv, meningsfullt arbete och flexibilitet en avgörande roll för att uppmuntra anställda att stanna. Dessa resultat understryker att retention inte säkras genom kompensation ensamt, utan genom att leverera en bredare medarbetarupplevelse som möter förändrade förväntningar.



42%

34%

24%

Bild relaterad till sida 26.

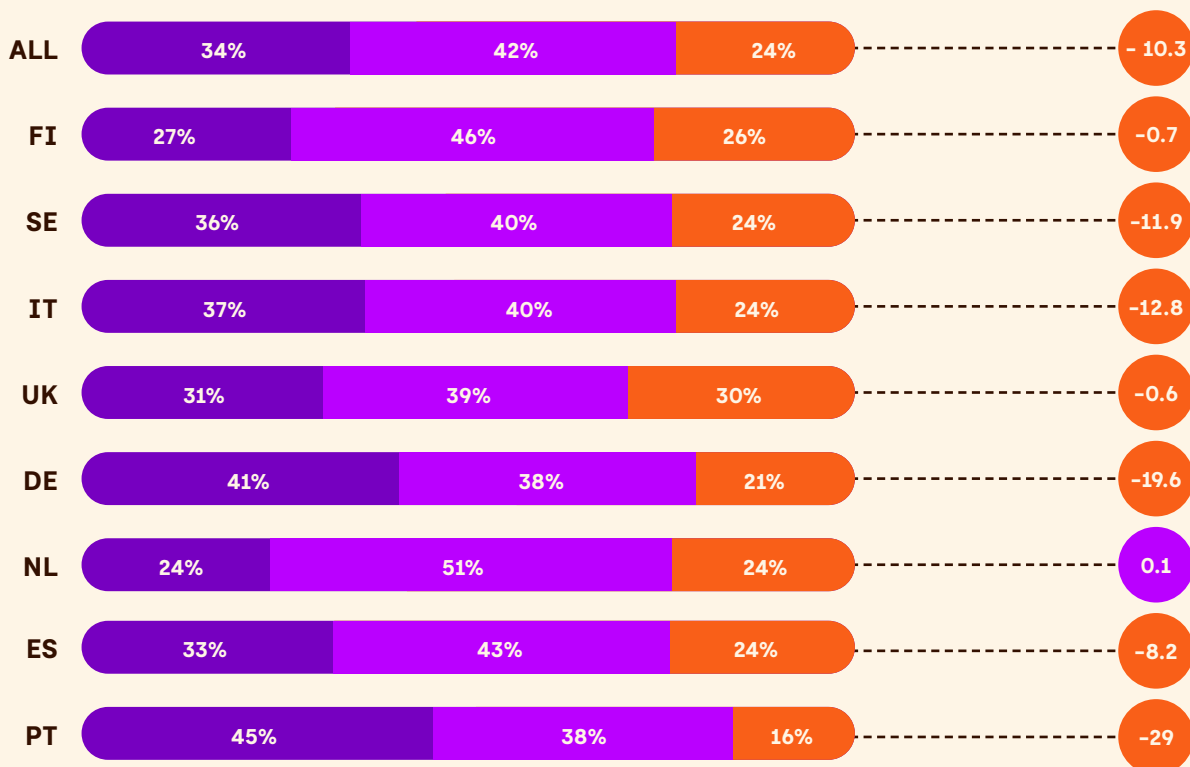
Anställda planerar att stanna – men skulle inte rekommendera det.

Medarbetarnas vilja att rekommendera sin arbetsgivare är generellt låg på de flesta marknader – men viljan att stanna är förvånansvärt hög. Det tyder på att många anställda väljer att stanna kvar utan att nödvändigtvis känna stark lojalitet eller engagemang för sin arbetsgivare.

eNPS (Anställda, 8 länder, jämförelse).

Hur sannolikt är det att du skulle rekommendera din arbetsgivare till en vän eller kollega?

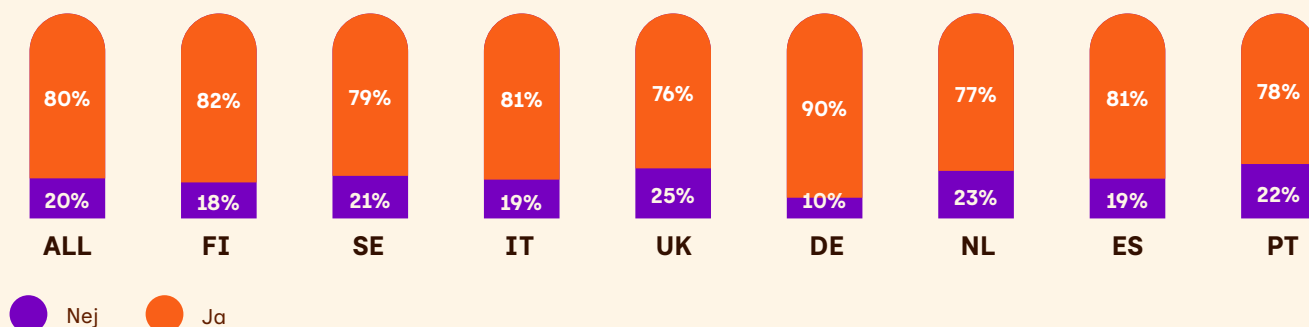
eNPS



● Kritiker (0-6) ● Passiva (7-8) ● Ambassadörer (9-10)

Medarbetarengagemang 2026 (Anställda, 8 länder).

Ser du dig själv arbeta i din nuvarande organisation om två år?



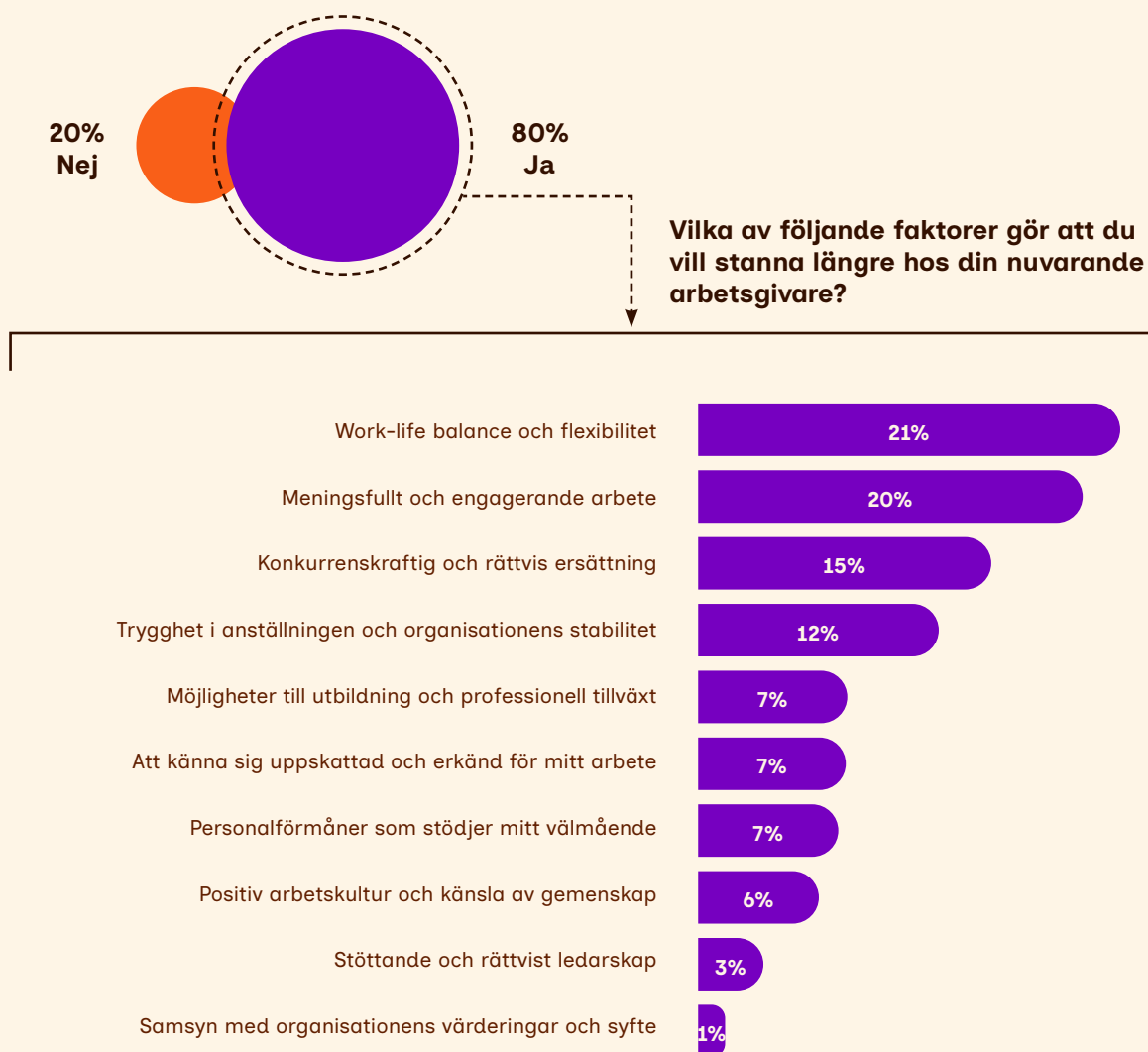
● Nej ● Ja

Vad driver medarbetarretention?

Work-life balance och meningsfullt arbete är de främsta skälen till att anställda väljer att stanna, med kompensation på tredje plats – vilket antyder att upplevsedrivna faktorer spelar större roll för retention än enbart lön.

Medarbetarengagemang 2026 (Anställda, 8 länder).

Ser du dig själv arbeta i din nuvarande organisation om två år?

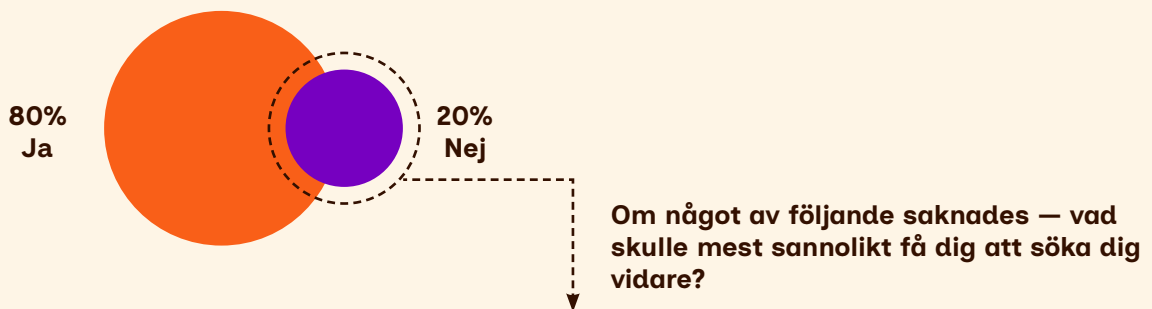


Vanliga faktorer bakom personalomsättning.

Orättvis lön är den enskilt starkaste utlösaren för att lämna, men balans mellan arbete och privatliv, meningsfullt arbete och erkännande ligger tätt efter – vilket pekar på ett brett spektrum av faktorer som organisationer måste hantera för att minska personalomsättningen.

Medarbetarengagemang 2026 (Anställda, 8 länder).

Ser du dig själv arbeta i din nuvarande organisation om två år?

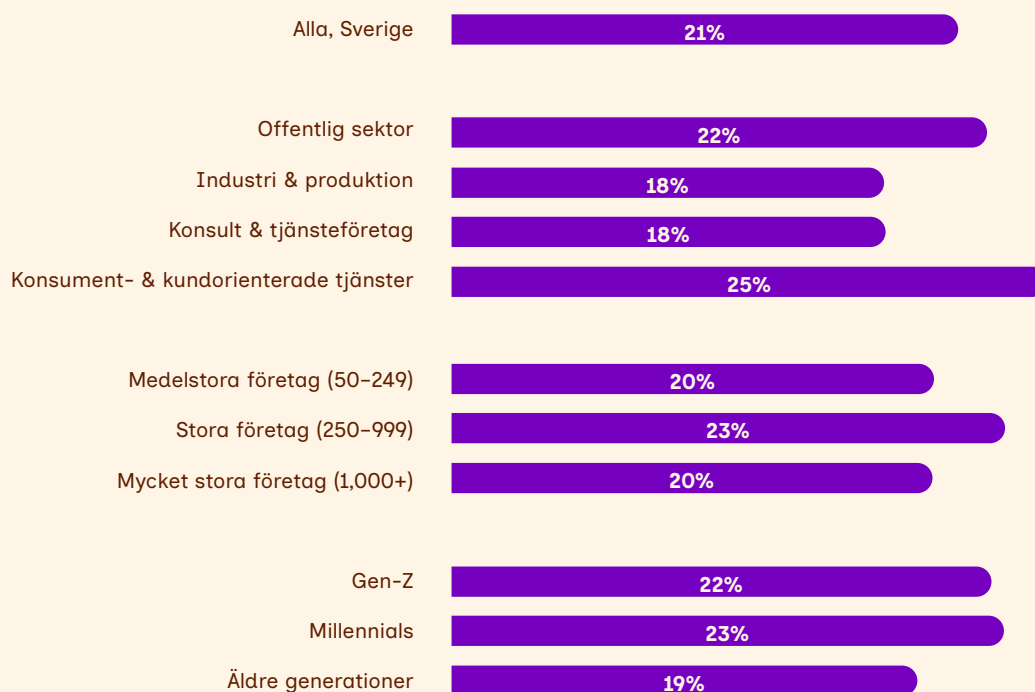


Hur risken för retention varierar mellan sektorer och generationer i Sverige.

Ungefär var femte anställd riskerar att lämna inom två år, och retentionsrisken är störst inom konsument- och tjänstesektorn samt bland yngre generationer – vilket pekar på meningsfulla skillnader i utmaningar på arbetsmarknaden.

Medarbetarengagemang 2026 (Anställda, Sverige).

Ser du dig själv arbeta i din nuvarande organisation om två år?



Ja



Vanligaste skälen att stanna och lämna per land.

Vanligaste skälet att stanna (Anställda, 8 länder).

ALL	Work-life balance och flexibilitet	21%
FI	Meningsfullt och engagerande arbete	29%
SE	Meningsfullt och engagerande arbete	34%
IT	Konkurrenskraftig och rättvis ersättning	23%
UK	Work-life balance och flexibilitet	27%
DE	Meningsfullt och engagerande arbete	21%
NL	Work-life balance och flexibilitet	24%
ES	Work-life balance och flexibilitet	22%
PT	Work-life balance och flexibilitet	24%

Vanligaste skälet att lämna (Anställda, 8 länder).

Ersättning som känns orättvis/icke konkurrenskraftig	23%
Brist på meningsfullt eller engagerande arbete	22%
Brist på meningsfullt eller engagerande arbete	21%
Ersättning som känns orättvis/icke konkurrenskraftig	34%
Dålig Work-life balance eller bristande flexibilitet	15%
Ersättning som känns orättvis/icke konkurrenskraftig	17%
Ersättning som känns orättvis/icke konkurrenskraftig	18%
Ersättning som känns orättvis/icke konkurrenskraftig	23%
Ersättning som känns orättvis/icke konkurrenskraftig	40%

Förmånernas effekt på medarbetarnas nöjdhet.

Medarbetarnas nöjdhet med förmåner är måttlig på europeiska marknader, med tydliga skillnader mellan länder och medarbetargrupper. De flesta anställda rapporterar medelhög nöjdhet, men få bedömer sina förmåner i toppskiktet — vilket tyder på ett betydande förbättringsutrymme. Nöjdheten drivs främst av relevans och ekonomiskt värde, medan missnöje ofta uppstår när förmånerna inte möter vardagliga behov eller hjälper till att täcka personliga utgifter.

Ett återkommande mönster är att arbetsgivare överskattar hur nöjda medarbetarna faktiskt är med sina förmåner — ett gap som är viktigt att känna till och ta på allvar.

Sammantaget är förmånsnöjdhet inte bara ett resultatmått, utan en viktig signal om hur väl förmånerna matchar medarbetarnas förväntningar — och var organisationer behöver lägga fokus för att öka effekten.

16%



35%

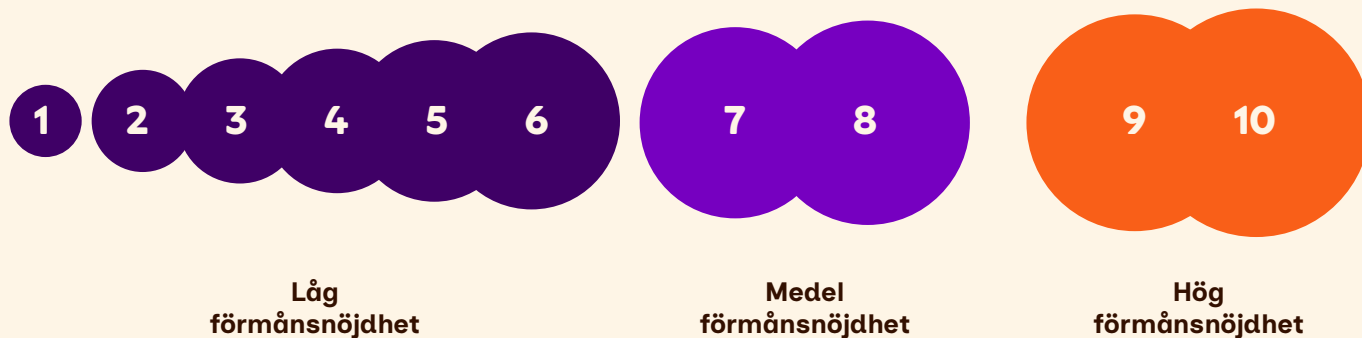
49%

Bild relaterad till sida 35.



Förmånsnöjdhet (BSAT) – Hur mättes det?

Hur nöjd är du med förmånerna som erbjuds av din arbetsgivare?



Varför detta tillvägagångssätt?

Ingen standardskala.

Förmånsnöjdhet har ingen brett etablerad standardskala.

Välkänd svarslogik.

Vi använde därför ett välbekant NPS-format med 0-10, som anställda redan känner igen via NPS och eNPS.

Ökad känslighet.

Jämfört med traditionella 5-gradiga eller stjärnbaserade nöjdhetsmätningar erbjuder formatet större känslighet, särskilt för att identifiera missnöje.

Testat för första gången i GEBS 2026.

Detta mätningssupplägg introducerades och testades för första gången i GEBS 2026.

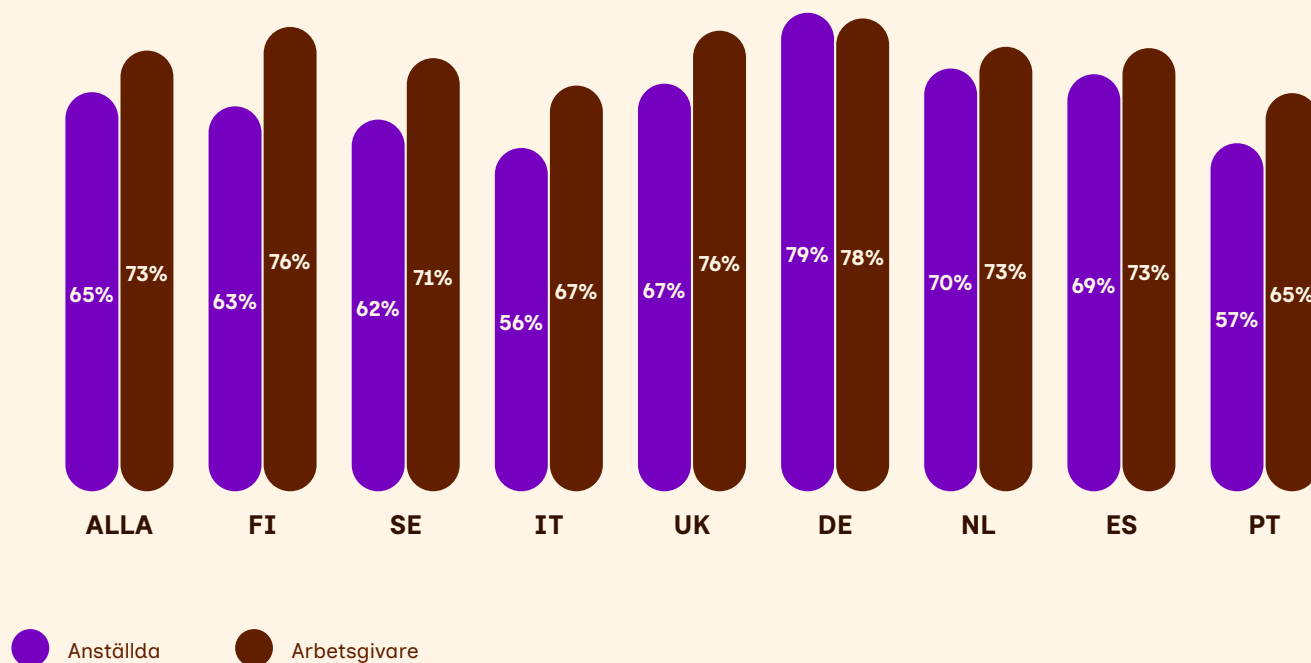
Arbetsgivare överskattar konsekvent medarbetarnas nöjdhet med förmåner.

Arbetsgivare överskattar konsekvent hur nöjda anställda är med sina förmåner, med ett gap som varierar märkbart mellan länder.

Samtidigt är förmånsnöjdhet (BSAT) starkt kopplat till medarbetarnas Employee Net Promoter Score (eNPS) – vilket innebär att hur medarbetarna upplever sina förmåner direkt påverkar om de skulle rekommendera sin organisation som arbetsplats.

Förmånsnöjdhet (Anställda, Arbetsgivare, 8 länder).

Anställda: Jag är nöjd med de förmåner som min arbetsgivare erbjuder.
Arbetsgivare: Våra anställda är nöjda med de förmåner som vi erbjuder.

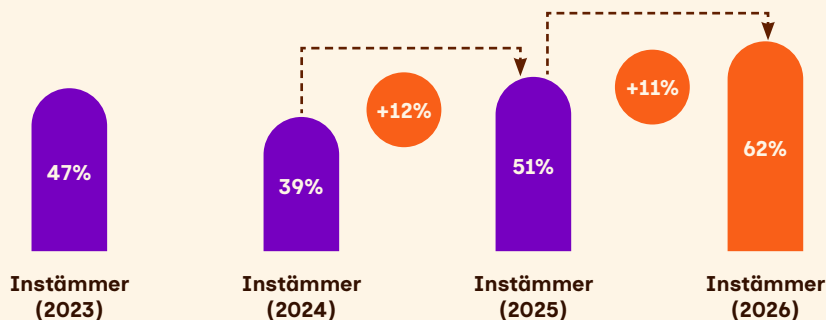


Förmånsnöjdheten ökar i Sverige.

Medarbetarnas förmånsnöjdhet har ökat kraftigt under de senaste två åren, med konsekvent tillväxt år för år som pekar mot en meningsfull och varaktig förbättring av hur anställda upplever sina förmåner.

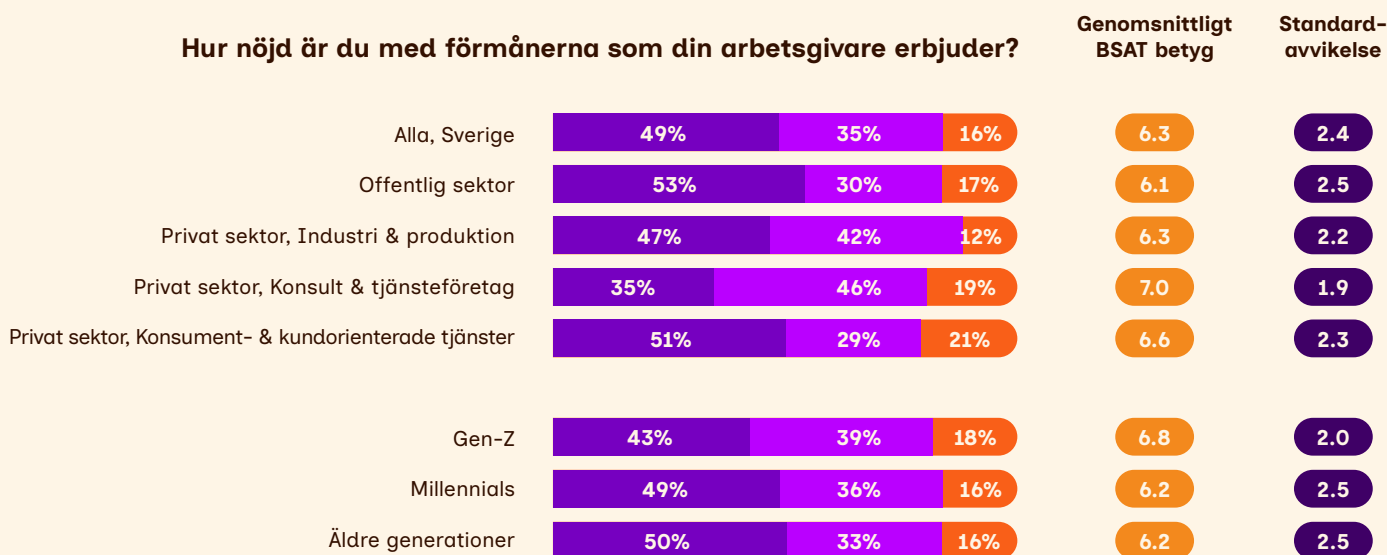
Förmånsnöjdhet (Anställda, Sverige).

Jag är nöjd med de förmåner som min arbetsgivare erbjuder.



Förmånsnöjdhet i Sverige – skillnader mellan sektorer och generationer.

Den övergripande förmånsnöjdheten är jämnt fördelad – med ett tydligt undantag: yngre generationer och anställda inom konsultsektorn är märkbart mer nöjda än övriga grupper.



● Låg förmånsnöjdhet (0-6)

● Medel förmånsnöjdhet (7-8)

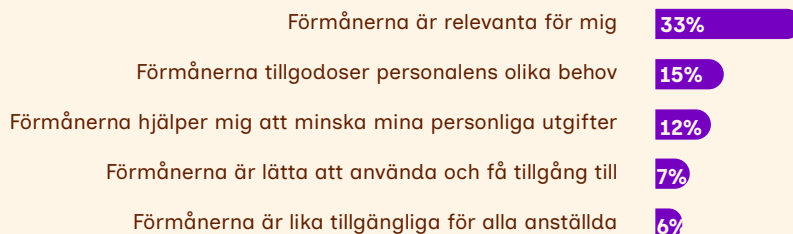
● Hög förmånsnöjdhet (9-10)



Vad driver förmånsnöjdhet – och vad skapar missnöje?

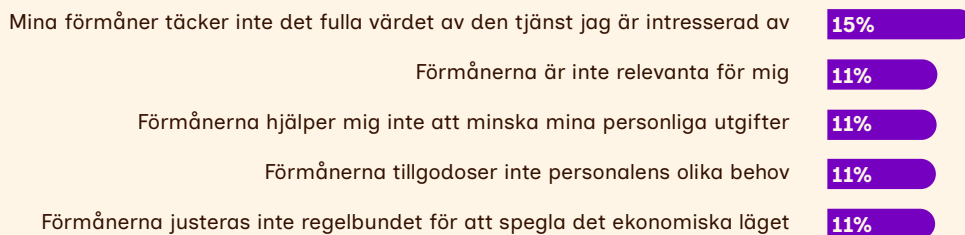
Hög förmånsnöjdhet (Anställda, Sverige).

Varför är du nöjd med de erbjudna förmånerna?



Låg förmånsnöjdhet (Anställda, Sverige).

Varför är du inte nöjd med de erbjudna förmånerna?



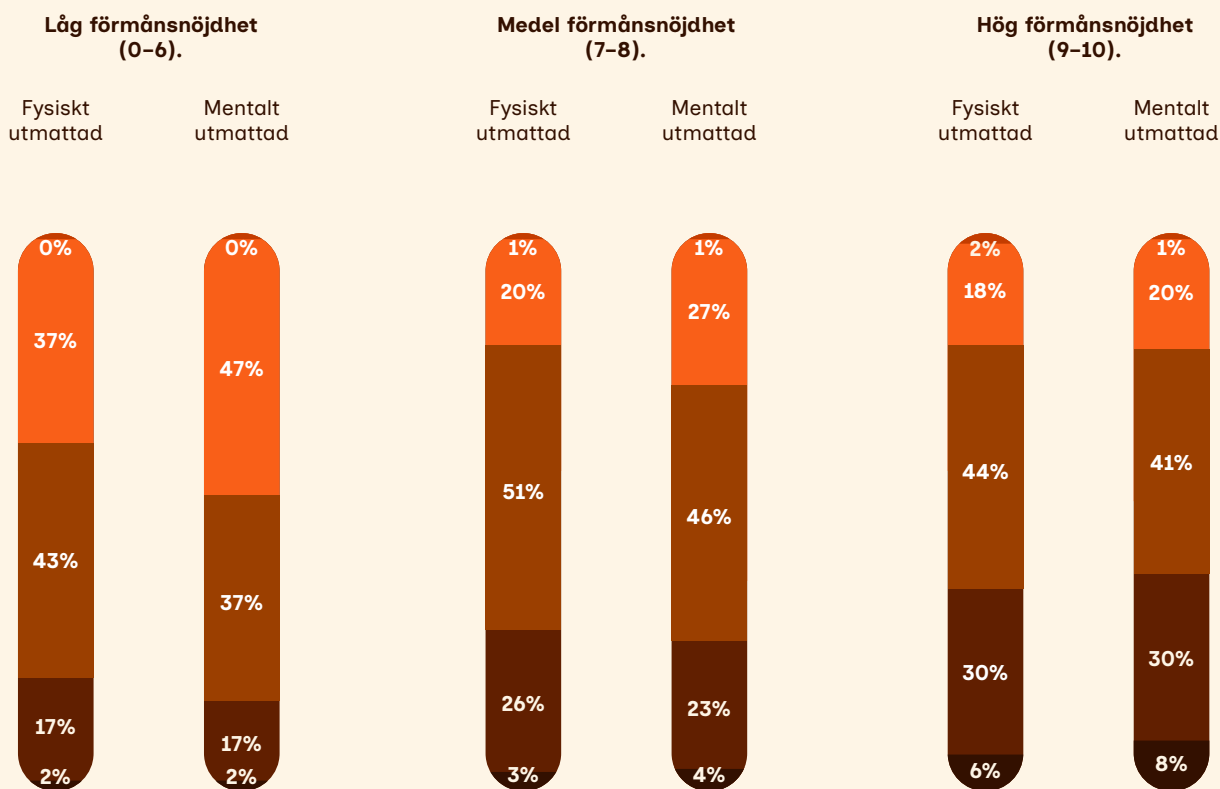
*Visades för anställda uppdelade utefter om de gav ett högt eller lågt BSAT score.

Högre förmånsnöjdhet är kopplat till lägre nivåer av fysisk och mental utmattning.

Anställda med låg förmånsnöjdhet rapporterar avsevärt högre nivåer av fysisk och psykisk utmattning, medan de med hög nöjdhet uppvisar märkbart lägre belastning – vilket tyder på att förmåner spelar en meningsfull roll för att upprätthålla medarbetarnas välmående.

Fysisk och psykisk utmattning (Anställda, 8 länder).

Hur ofta känner du dig fysiskt/mentalt utmattad?



● Aldrig ● Sällan ● Ibland ● Ofta ● Vill inte ange

Från förmåner till effekt – att stänga gapet.

Det räcker inte att erbjuda förmåner — de måste också göra skillnad. Anställda känner inte alltid till vad som finns tillgängligt, eller väljer att inte använda det. En stor andel förmåner förblir oanvända, ofta för att de upplevs som irrelevanta, svårtillgängliga eller helt enkelt okända. Bristande kommunikation och uppföljning förstärker problemet. Arbetsgivare uppfattar sina förmåner som välkända och aktivt kommunicerade — men medarbetarnas återkoppling berättar

en annan historia, med brister i både tydlighet och engagemang. Många organisationer saknar dessutom verktyg för att följa upp om förmånerna faktiskt används och uppskattas.

Nästa steg i förmånsutvecklingen handlar därför inte om att bredda utbudet — utan om att förbättra genomförandet. Förmåner som är relevanta, tydligt kommunicerade och aktivt använda skapar mätbart värde för både medarbetare och organisation.

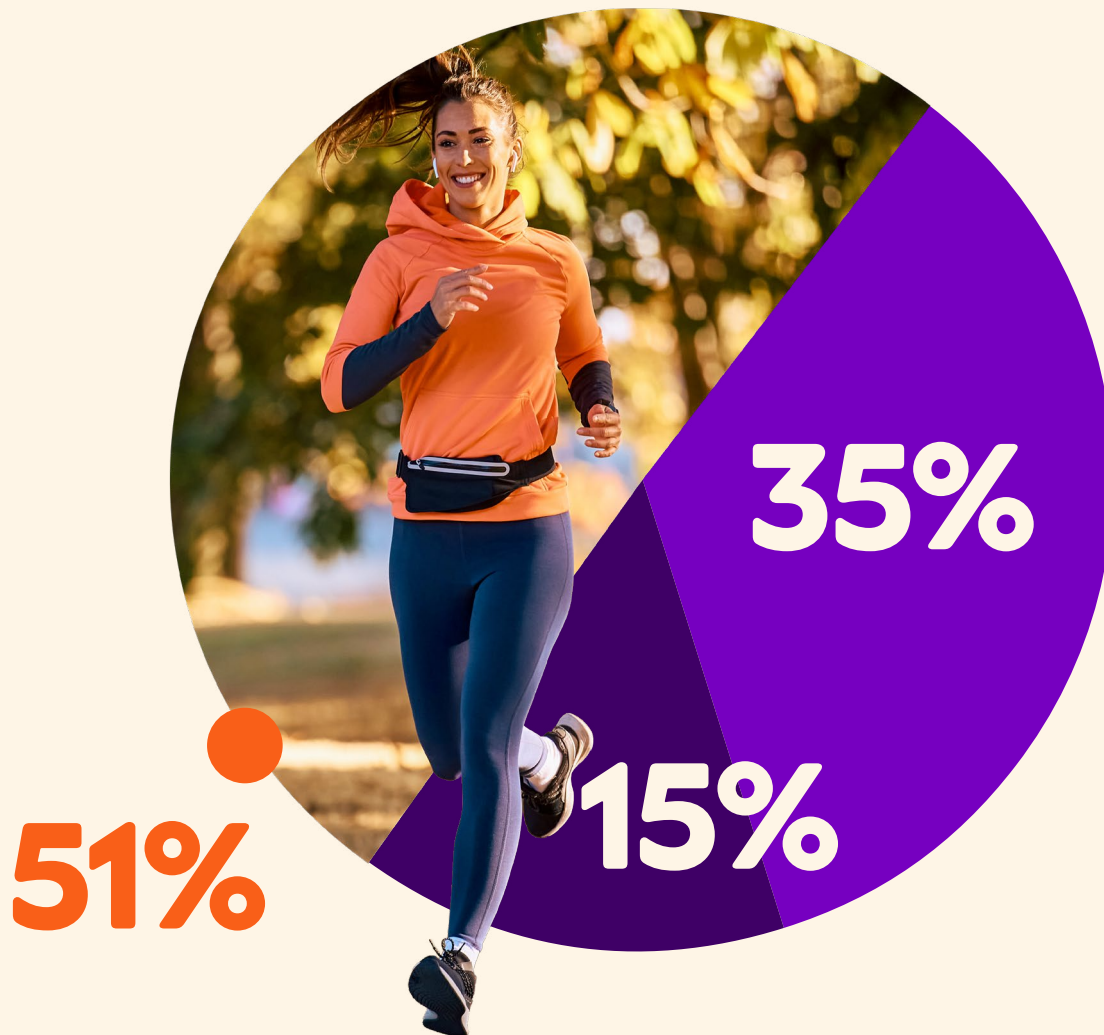


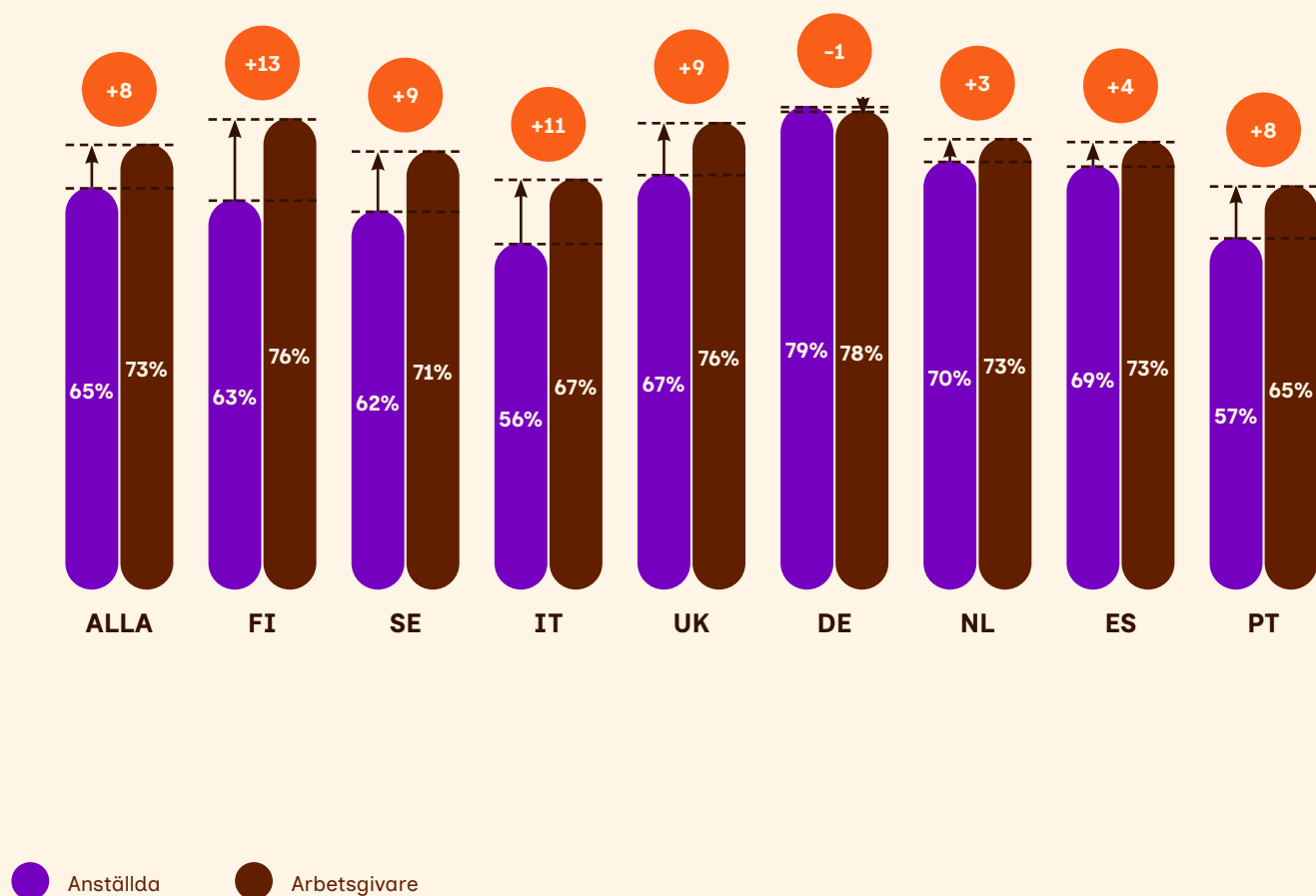
Bild relaterad till sida 39.

Ett tydligt gap mellan arbetsgivarens avsikter och medarbetarens upplevelse av förmånskommunikation.

Arbetsgivare rapporterar starkare kommunikation av förmåner än vad anställda upplever, och gapet är konsekvent på samtliga marknader.

Förmånskommunikation (Anställda, Arbetsgivare, 8 länder).

Anställda: Min arbetsgivare uppmuntrar mig aktivt att använda mina förmåner.
Arbetsgivare: Vi uppmuntrar aktivt våra medarbetare att använda sina förmåner.

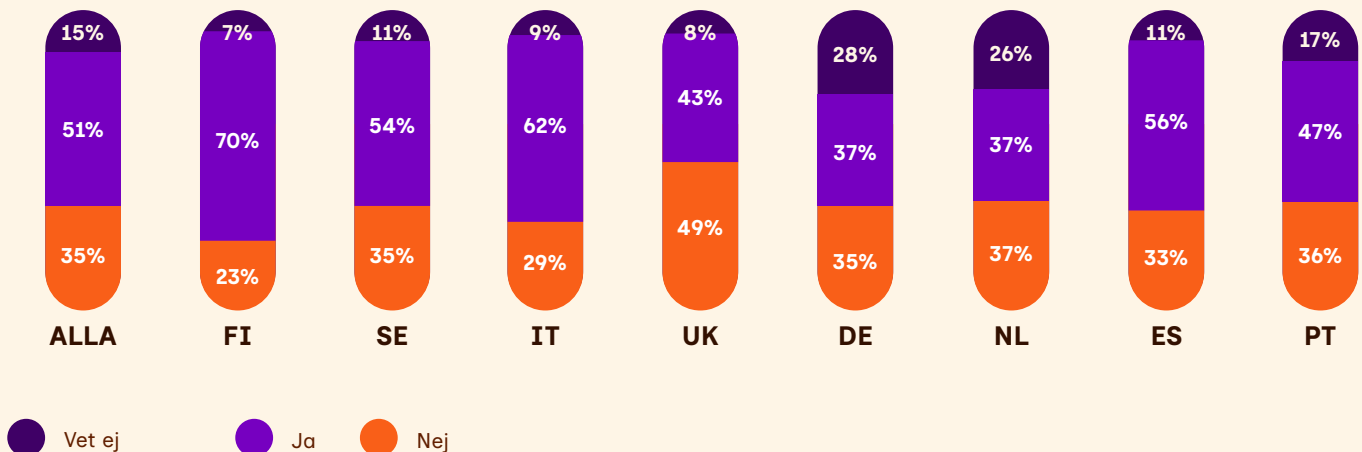


Nyttjandet varierar mellan marknaderna.

En betydande andel anställda använder inte alla tillgängliga förmåner, och 35% rapporterar outnyttjade förmåner totalt sett.

Oanvända förmåner (Anställda, 8 länder).

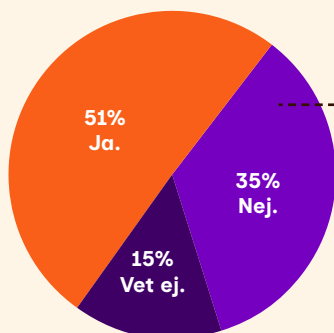
Har du under det senaste året använt alla förmåner som är tillgängliga för dig?



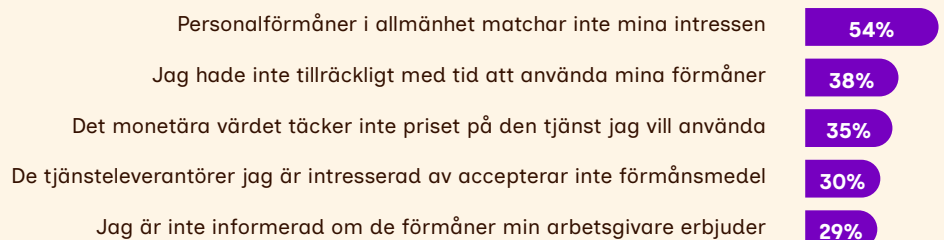
Varför lämnas förmånerna outnyttjade?

Bristande matchning mellan förmåner och medarbetarnas behov är det primära hindret.

Har du under det senaste året använt alla förmåner som är tillgängliga för dig?



Vad var de primära skälen till att du inte använde alla dina förmåner? * **



*Visades bara för de anställda som inte nyttjar alla sina förmåner.

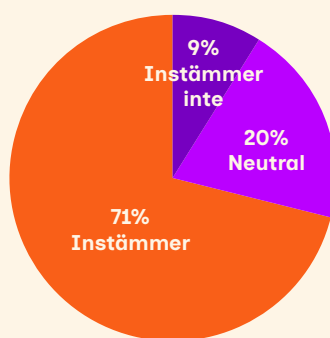
**Respondenterna valde sina top tre kategorier. Procentsatser visar urvalsfrekvens, varför totala summorna uppgår till ca 300%.

Anställda känner till sina förmåner – bättre än arbetsgivarna tror.

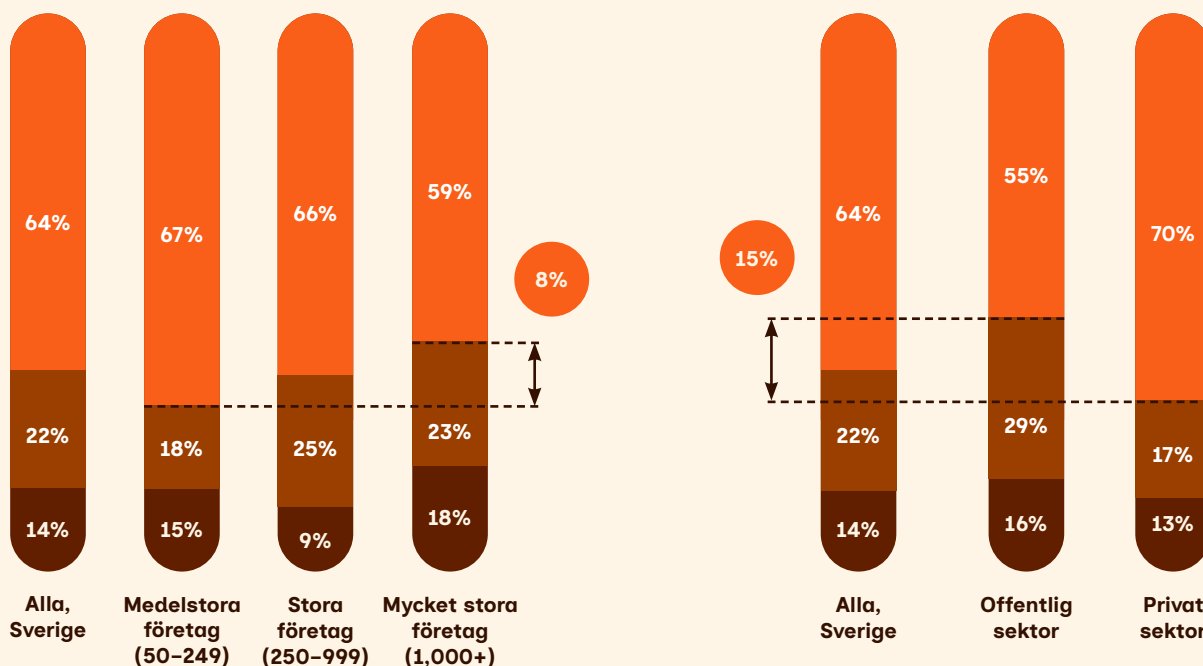
Svenska arbetsgivare tenderar att underskatta hur väl anställda känner till sina förmåner – medarbetarna är faktiskt mer medvetna än de får erkännande för. Samtidigt varierar bilden påtagligt beroende på organisationsstorlek och sektor: privata och medelstora organisationer är betydligt mer övertygade om att förmånerna är kända, jämfört med offentliga verksamheter och större organisationer.

Förmånskommunikation (Anställda, Arbetsgivare, Sverige).

Anställda: Jag förstår fullt ut det förmånspaket som erbjuds av min arbetsgivare.



Arbetsgivare: Våra anställda förstår fullt ut det förmånspaket som erbjuds av vår organisation.



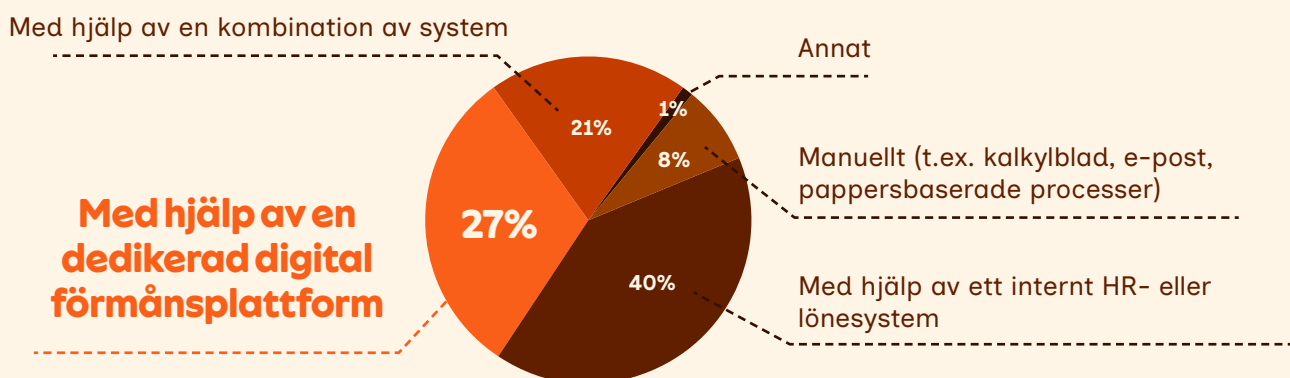
● Instämmer inte ● Neutral ● Instämmer

Förmånsplattformar finns på plats – men analysen halkar efter.

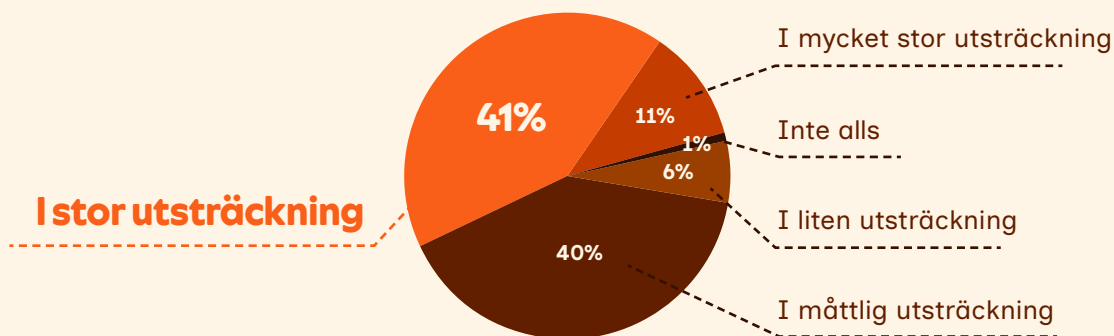
Det vanligaste förbättringsförslaget bland arbetsgivare är tydligare vägledning till medarbetarna – valt av 25 procent. Det signalerar ett behov av att bättre kommunicera vilka förmåner som finns, när de är relevanta och hur de används.

Förmånshantering (Arbetsgivare, Sverige).

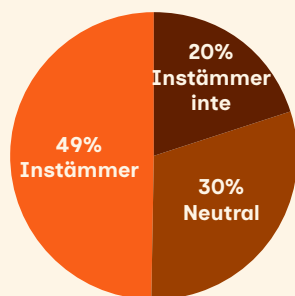
Hur hanterar er organisation primärt personalförmåner?



I vilken utsträckning stödjer er organisations förmånsplattform effektiv administration, kommunikation och medarbetarnas användning av förmåner?*



Vi utvärderar aktivt förmånernas effekt med hjälp av data och analys.



1 av 2

arbetsgivare utvärderar förmånernas effekt med data och analys.

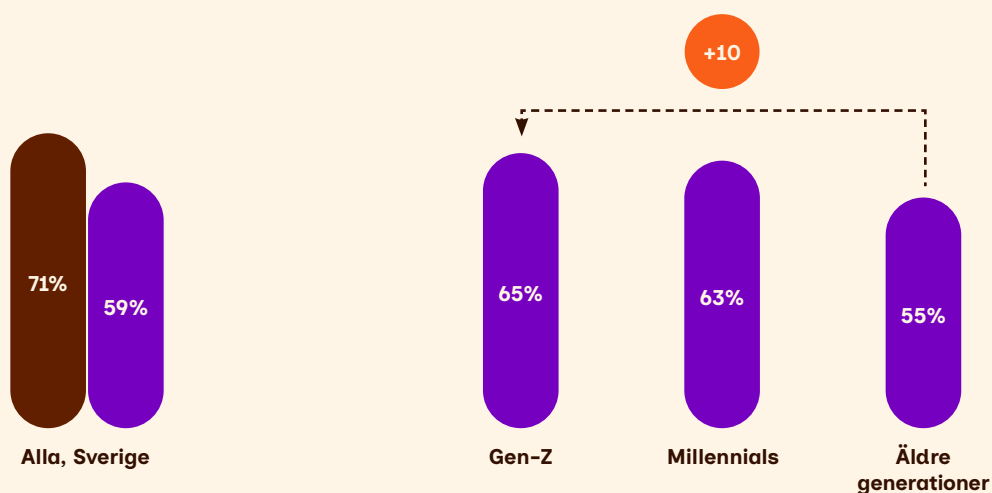
*Frågan visades endast för de respondenter som använder en digital förmånsplattform eller en kombination av system.

Förmånsappar anses effektiva för att främja hälsosammare vanor.

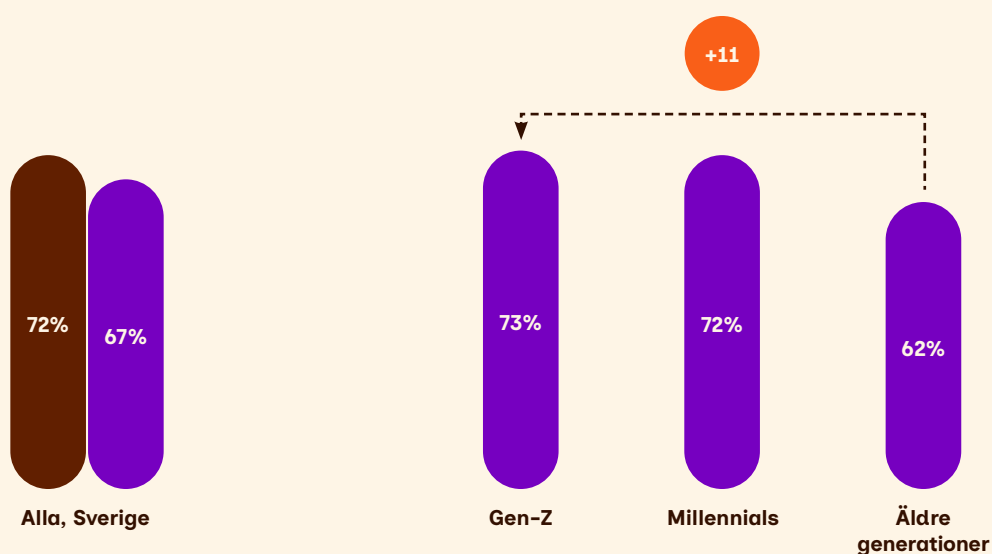
Både anställda och arbetsgivare tror att digitala verktyg driver hälsosammare vanor och ökar engagemanget för förmåner, med arbetsgivare konsekvent mer övertygade än anställda. Yngre generationer visar den starkast positiva inställningen.

Förmånsappar (Anställda, Arbetsgivare, Sverige).

Arbetsgivare: Förmånsappar uppmuntrar våra anställda att utveckla hälsosammare vanor.
Anställda: Förmånsappar uppmuntrar mig att utveckla hälsosammare vanor.



Arbetsgivare: Våra anställda är mer benägna att använda förmånerna om de kan nås via mobilen.
Anställda: Jag är mer benägen att använda mina förmåner om jag kan komma åt dem via mobilen.



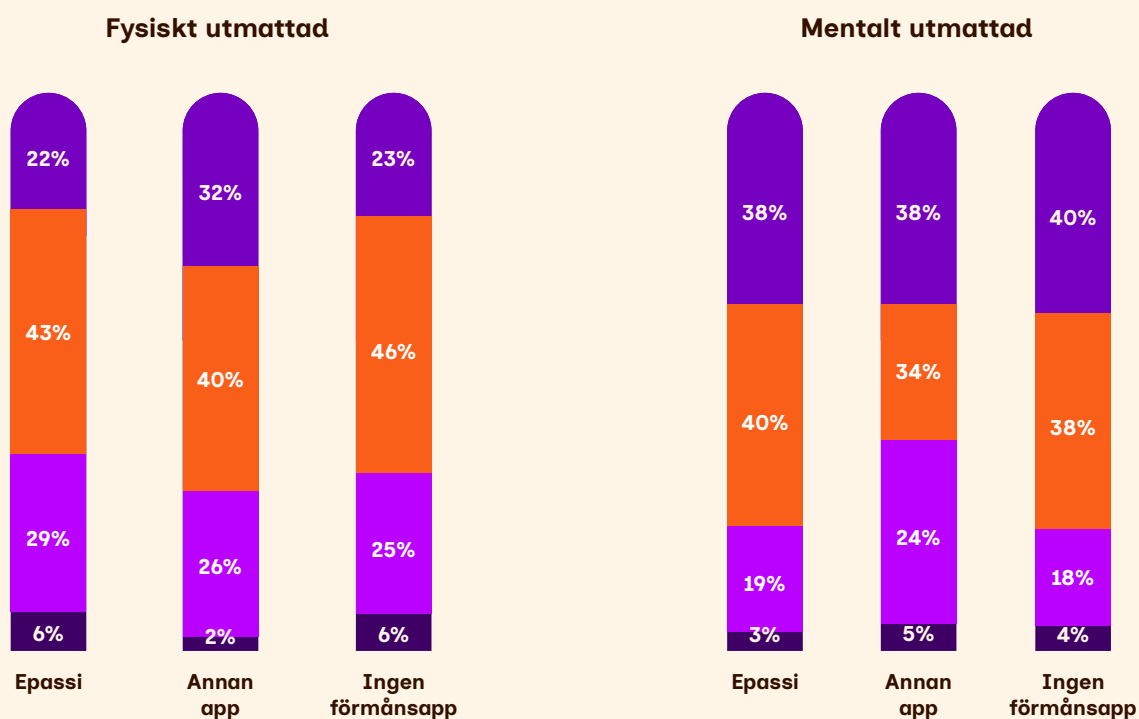
● Anställda ● Arbetsgivare

Samband mellan förmånsappar och utmattning.

En analys av hur ofta anställda upplever fysisk och mental utmattning visar i stort sett liknande mönster oavsett vilken förmånsapp de använder. Ett undantag sticker ut: **Epassi-användare uppvisar en tendens av lägre fysisk utmattning jämfört med användare av andra appar.**

Förmånsapp och utmattning (Anställda, Sverige).

Hur ofta känner du dig fysiskt/mentalt utmattad?*



● Aldrig ● Sällan ● Ibland ● Ofta

*Respondenter som inte ville ange ett svar har exkluderats från analysen.

Välmående på jobbet: från investering till effekt.

Medarbetarnas välmående är högt prioriterat i de flesta organisationer, och en majoritet av anställda uppger gott övergripande välmående och ser positivt på effekten av hälsoförmåner. Investeringar i välmående är starkt kopplade till ökad motivation, engagemang och lojalitet — och upplevs av medarbetarna som mer värdefulla än löneökningar.

Samtidigt finns ett tydligt gap mellan arbetsgivarnas ambitioner och medarbetarnas upplevelse. Organisationer bedömer sitt välmåendestöd som starkt, medan anställda är

betydligt mindre övertygade — särskilt när det gäller förebyggande av utbrändhet och stöd i vardagen.

Arbetsbelastning pekas ut som det enskilt största hindret för välmående och väger tyngre än alla andra faktorer. Anställda prioriterar dessutom flexibilitet framför traditionella välmåendeinsatser — flexibelt arbete ses som det mest effektiva verktyget mot utbrändhet, med förmåner i en stödjande och kompletterande roll.

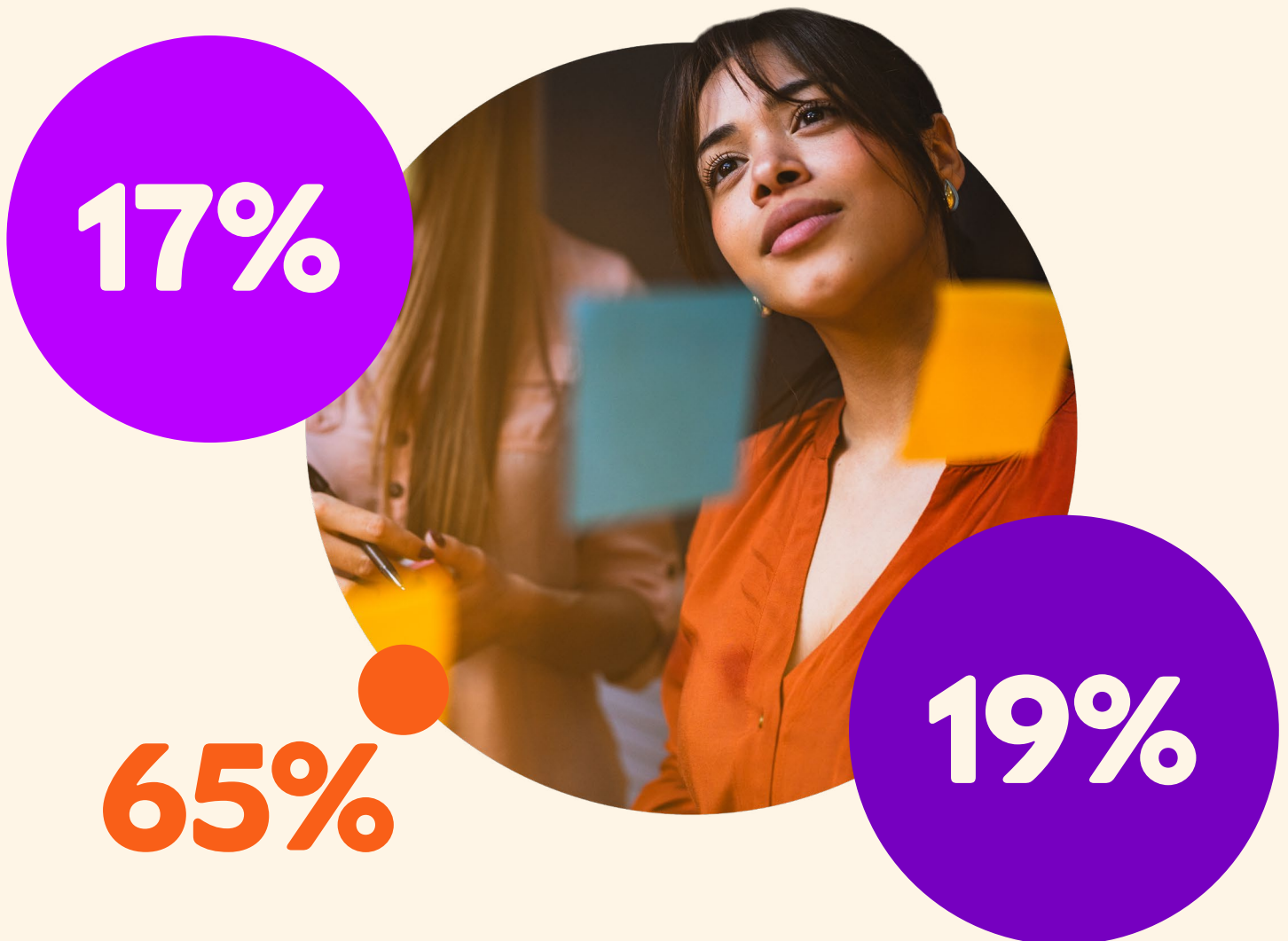


Bild relaterad till sida 48.

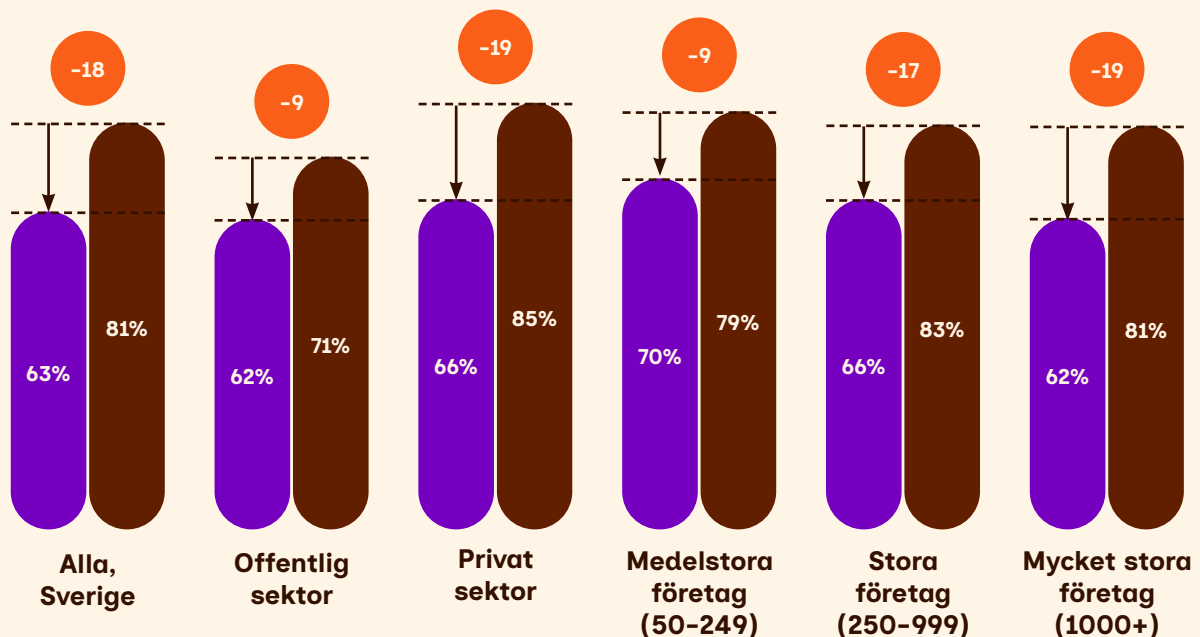
Stödjer arbetsgivarna medarbetarnas övergripande välmående och mentala hälsa?

Arbetsgivare överskattar avsevärt hur väl medarbetarnas välmående stöds, med ett konsekvent gap inom alla sektorer och en särskilt stor diskrepans i större organisationer.



Välmående (Anställda, Arbetsgivare, Sverige).

Anställda: Min arbetsgivare stödjer mitt övergripande välmående.
Arbetsgivare: Vår organisation stödjer medarbetarnas övergripande välmående.



● Anställda ● Arbetsgivare

Det förebyggande stödet mot utbrändhet räcker inte till.

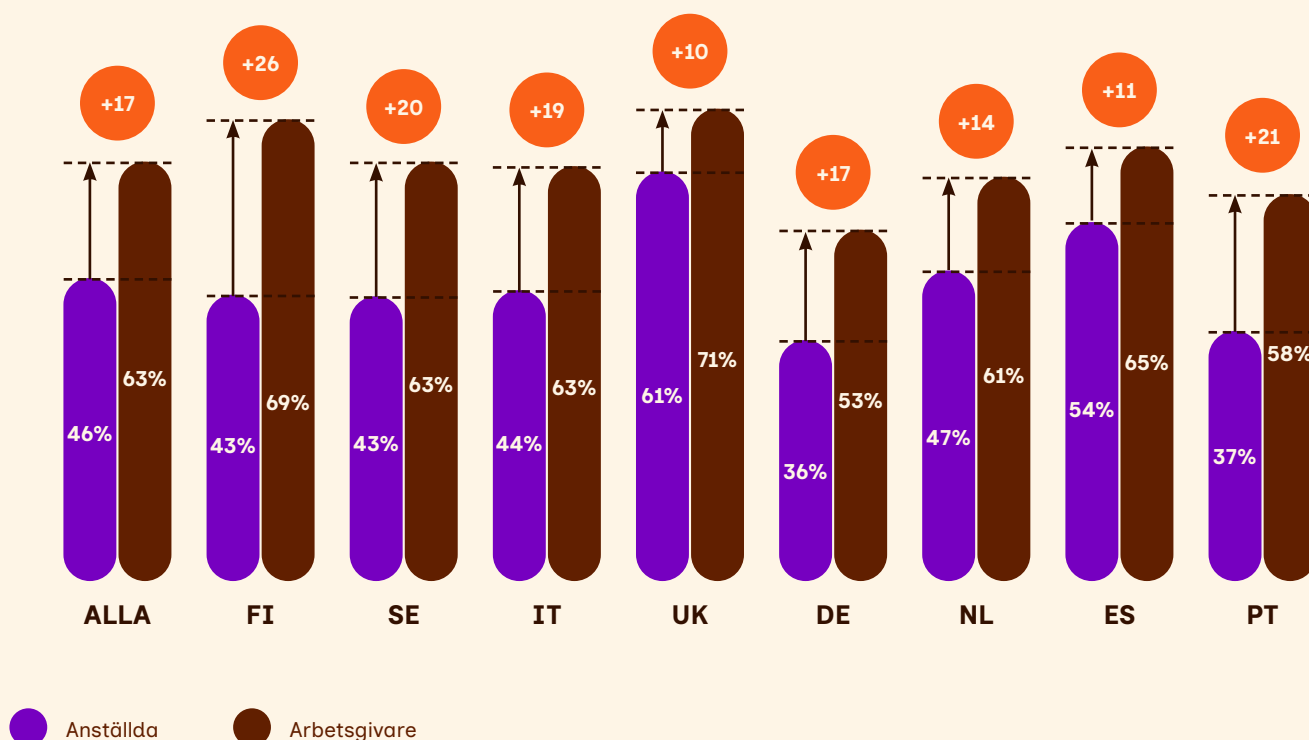
Arbetsgivare överskattar kraftigt det stöd de erbjuder för att förebygga utbrändhet. Mer än hälften av de anställda är skeptiska eller neutrala – vilket tydligt pekar på ett betydande otillgodosett behov.



Välmående (Anställda, Arbetsgivare, 8 länder).

Anställda: Min arbetsgivare tillhandahåller tillräckligt stöd för att förebygga utbrändhet, t.ex. resurser för psykisk hälsa och stresshanteringsutbildning.

Arbetsgivare: Vi tillhandahåller tillräckligt stöd för att förebygga utbrändhet, t.ex. resurser för psykisk hälsa och stresshanteringsutbildning.

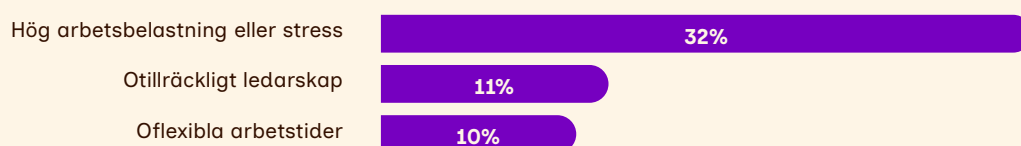


Är anställda och arbetsgivare eniga om vad som hindrar – och förbättrar – välmående på jobbet?

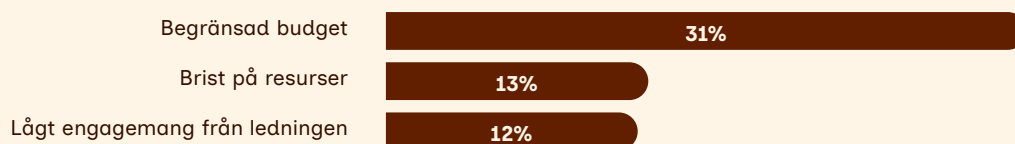
Hög arbetsbelastning och stress dominerar som det primära hindret för välmående bland anställda, medan arbetsgivare pekar på budgetbegränsningar som det största hindret – vilket avslöjar en diskrepans mellan vad anställda upplever och vad organisationer prioriterar.

Välmående (Anställda, Arbetsgivare, 8 länder).

Anställda: Vad gör det svårt för dig att bibehålla välmående på jobbet?



Arbetsgivare: Vad anser du vara de största hindren för att förbättra medarbetarnas välmående i din organisation?



Anställda sätter ökad investering i välmående högst på önskelistan – men välmående rankas inte bland arbetsgivarnas främsta investeringsprioriteringar. Det avslöjar ett tydligt gap mellan vad medarbetarna faktiskt behöver och var organisationer väljer att lägga sina resurser.

Anställda: Om mer resurser fanns för välmående på din arbetsplats – vad skulle du vilja se?



Arbetsgivare: Om ni fick mer resurser till välmående, vad skulle ni satsa på?





Hur väl stöttar chefer medarbetarnas stresshantering och mentala välmående?

De flesta anställda upplever att deras närmaste chef stöttar dem i stress och mentalt välmående – men den minoritet som saknar det stödet är för stor för att ignoreras.

Välmående (Anställda, Sverige).

Min närmsta chef stödjer mitt mentala välmående.



Jag känner mig bekväm med att diskutera min arbetsbelastning och stress med min närmsta chef.

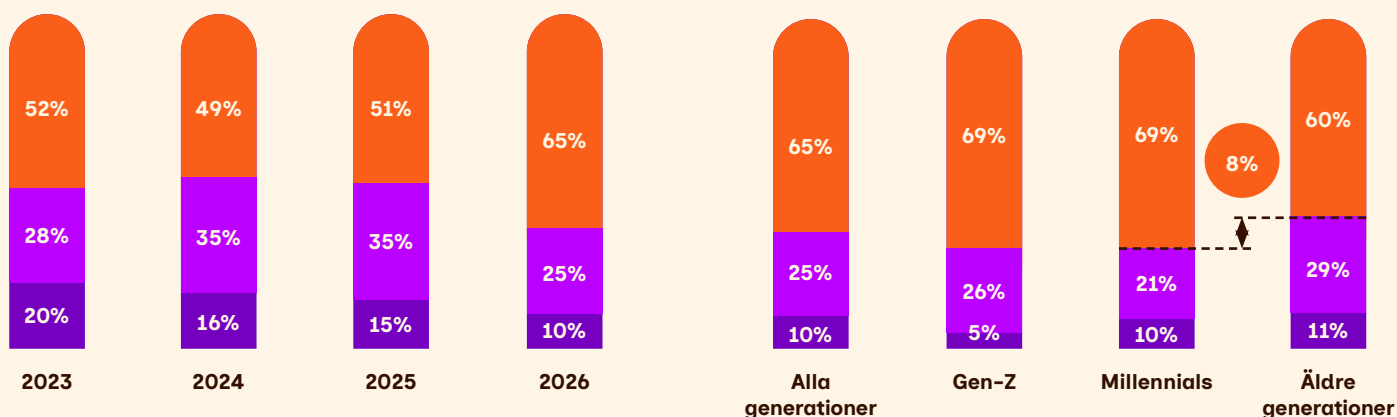


● Instämmer inte ● Neutral ● Instämmer

Varför investera i välmående?

Välmående (Anställda, Sverige).

Jag är mer benägen att engagera mig i mitt arbete om min arbetsgivare prioriterar att investera i mitt välmående snarare än att bara höja min lön.



70%

uppger att förmåner påverkar deras övergripande välmående positivt.

65%

skulle vara mer benägna att engagera sig i sitt arbete om deras arbetsgivare prioriterade att investera i välmående snarare än att bara höja lönen – något som ökat väsentligt sedan förra året och som skiljer sig åt mellan generationer.

67%

uppger att förmåner uppmuntrar dem att vara mer fysiskt aktiva.

Hybridarbete fungerar – men inte för alla.

Distansarbete är brett tillgängligt i svenska organisationer, men de flesta förankrar fortfarande arbetsveckan runt kontoret genom obligatoriska kontorsdagar. Det speglar en tydlig övertygelse om värdet av fysisk närvaro — något som både anställda och arbetsgivare delar, och en majoritet i båda grupper bekräftar att kontornärvaro stärker teamwork och samarbete.

Samtidigt fortsätter distansarbete att ge tydliga fördelar i form av flexibilitet och produktivitet. Men minskad kontornärvaro leder inte automatiskt till ökat välmående — för vissa anställda är

distansarbete förknippat med ökad känsla av ensamhet och isolering.

Det handlar i grunden om en avvägning: kontoret möjliggör samarbete och gemenskap, medan distansarbete stödjer självständighet och fokus. Förmåner kan spela en viktig roll för att balansera detta — genom att göra kontorsdagarna mer attraktiva och stärka medarbetarupplevelsen i en hybridvardag.

3%

41%

11%

8%

20%



18%

Bild relaterad till sida 51.

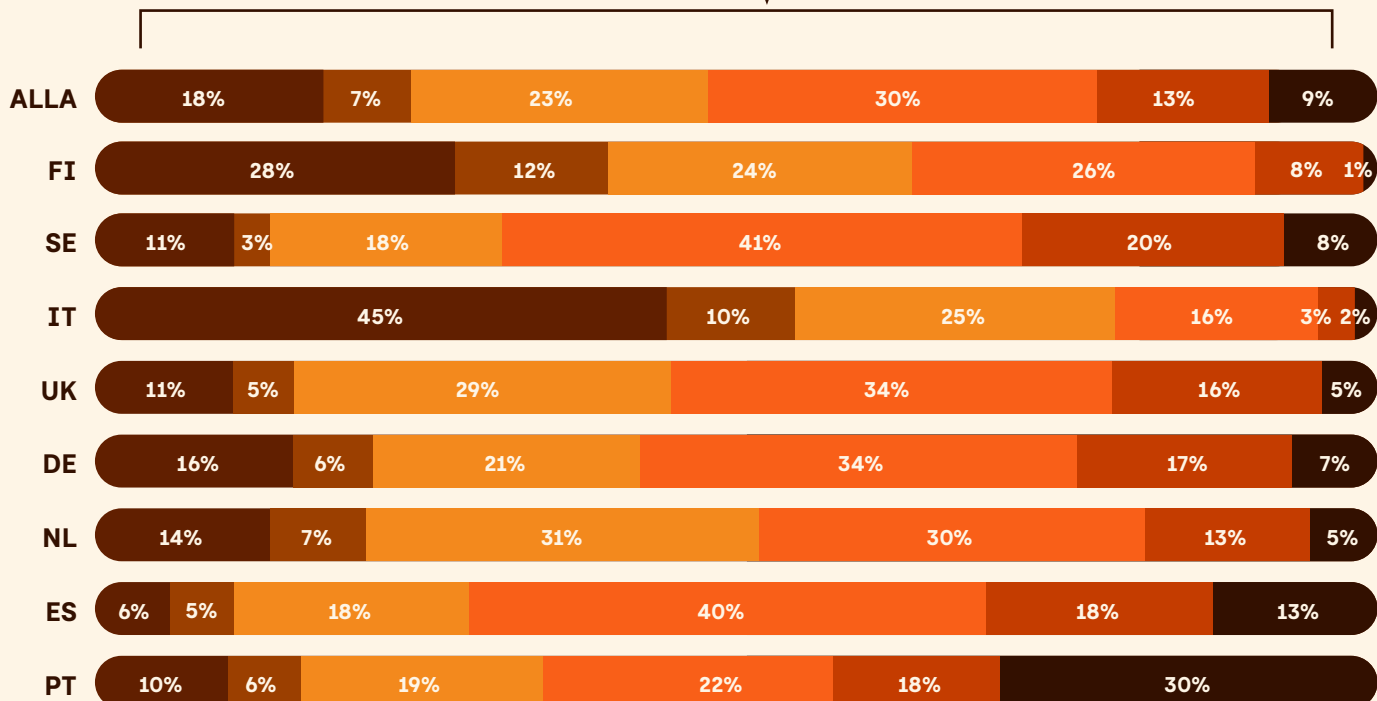
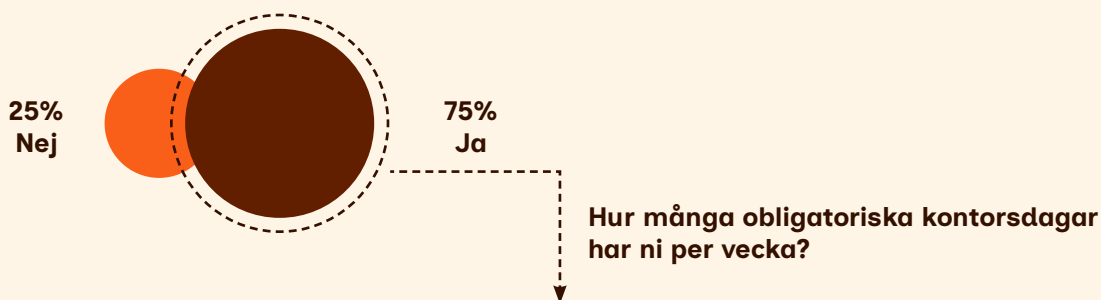
Distansarbete är allmänt utbrett, men de flesta organisationer förankrar fortfarande arbetet runt kontoret.

Distansarbete är allmänt tillgängligt men sällan fullt flexibelt, och de flesta arbetsgivare kräver obligatoriska kontorsdagar.

Samtidigt väljer en stor majoritet av anställda (71%) att arbeta på distans snarare än att ta sjukledigt vid lindrig sjukdom – vilket tyder på att distansarbete omformat attityderna kring frånvaro.

Distansarbete (Arbetsgivare, 8 länder).

Är distansarbete möjligt för anställda i er organisation?



Inga obligatoriska kontorsdagar
 1 obligatorisk kontorsdag
 2 obligatoriska kontorsdagar
 3 obligatoriska kontorsdagar
 4 obligatoriska kontorsdagar
 5 obligatoriska kontorsdagar

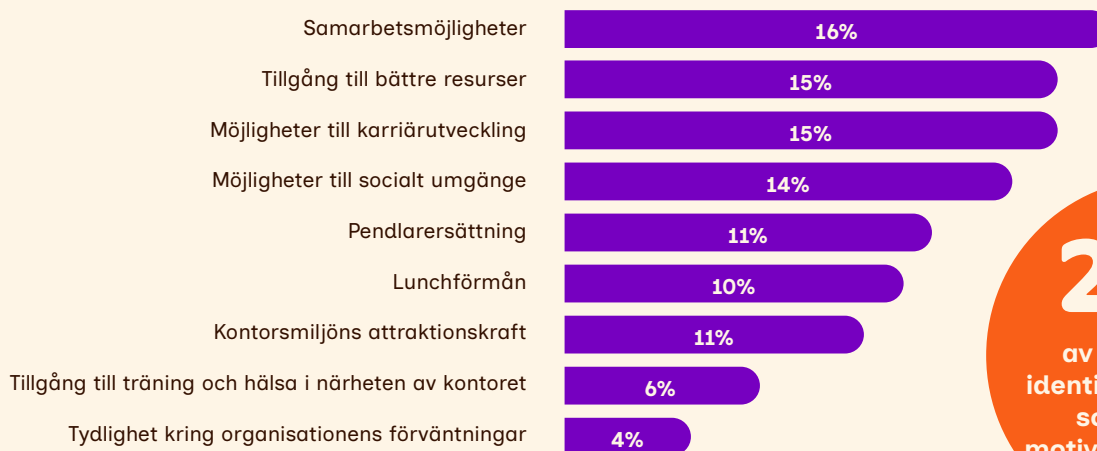


Vad driver frivillig kontorsnärvaro?

Samarbete, tillgång till resurser och möjligheter till karriärutveckling är de starkaste skälen till att anställda väljer att jobba på kontoret — med socialt umgänge tätt efter. Mönstret är tydligt: när anställda kommer in frivilligt handlar det om upplevelse och möjligheter, inte om skyldighet.

Distansarbete (Anställda, 8 länder).

Vilka förbättringar eller initiativ skulle motivera dig att återvända till kontoret mer regelbundet?*



20%

av de anställda identifierar förmåner som en viktig motivationsfaktor för kontorsnärvaro.

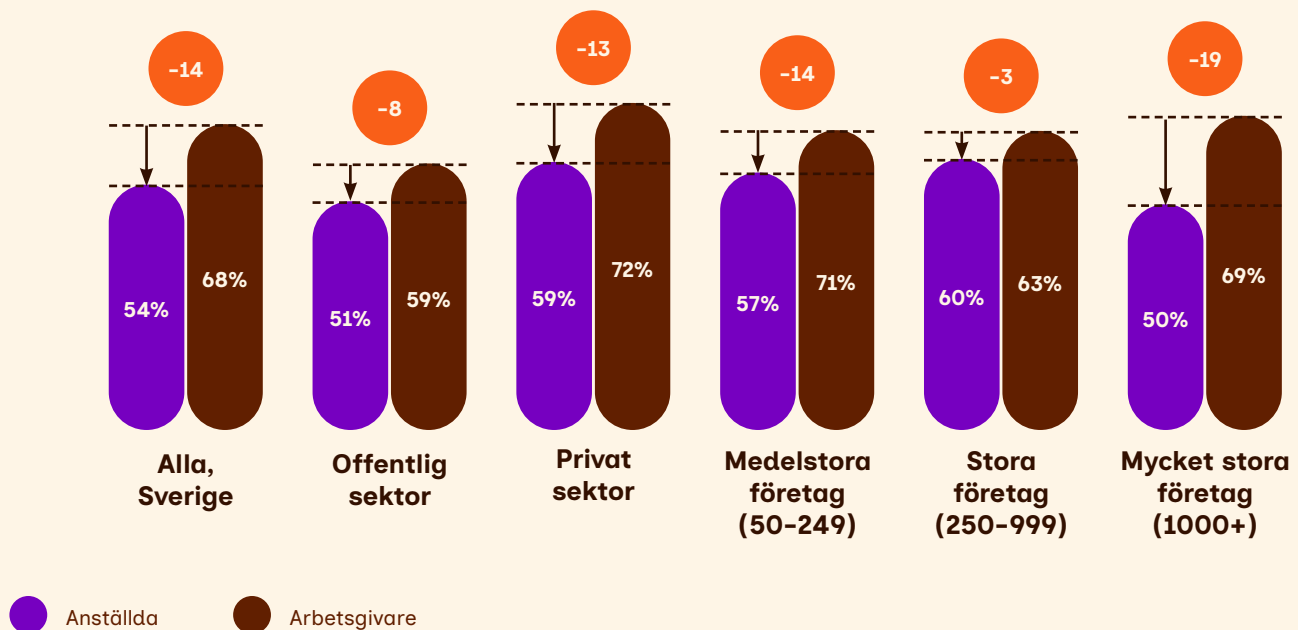
*Visades endast för de respondenter vars organisation erbjuder distansarbete.

Synen på obligatoriska kontorsdagar skiljer sig mellan generationer och sektorer.

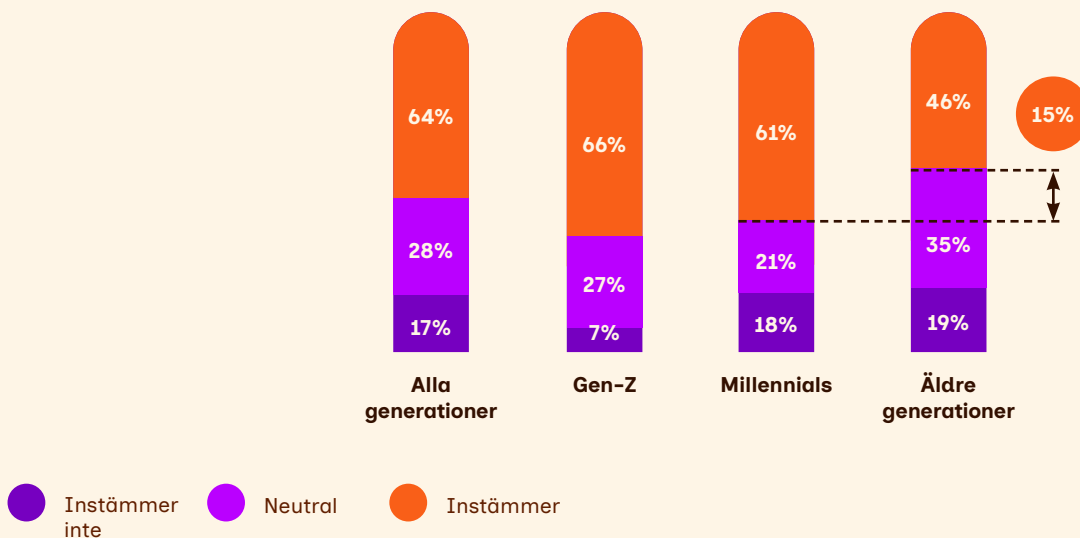
Obligatoriska kontorsdagar ses överlag som positiva för samarbete — men entusiasmen varierar stort. Yngre anställda är betydligt mer positiva än äldre generationer, och privatanställda mer övertygade än de i offentlig sektor.

Distansarbete (Anställda, Arbetsgivare, Sverige).

Obligatoriska kontorsdagar har förbättrat samarbetet i vår organisation.*



Anställda: Obligatoriska kontorsdagar har förbättrat samarbetet i vår organisation.*



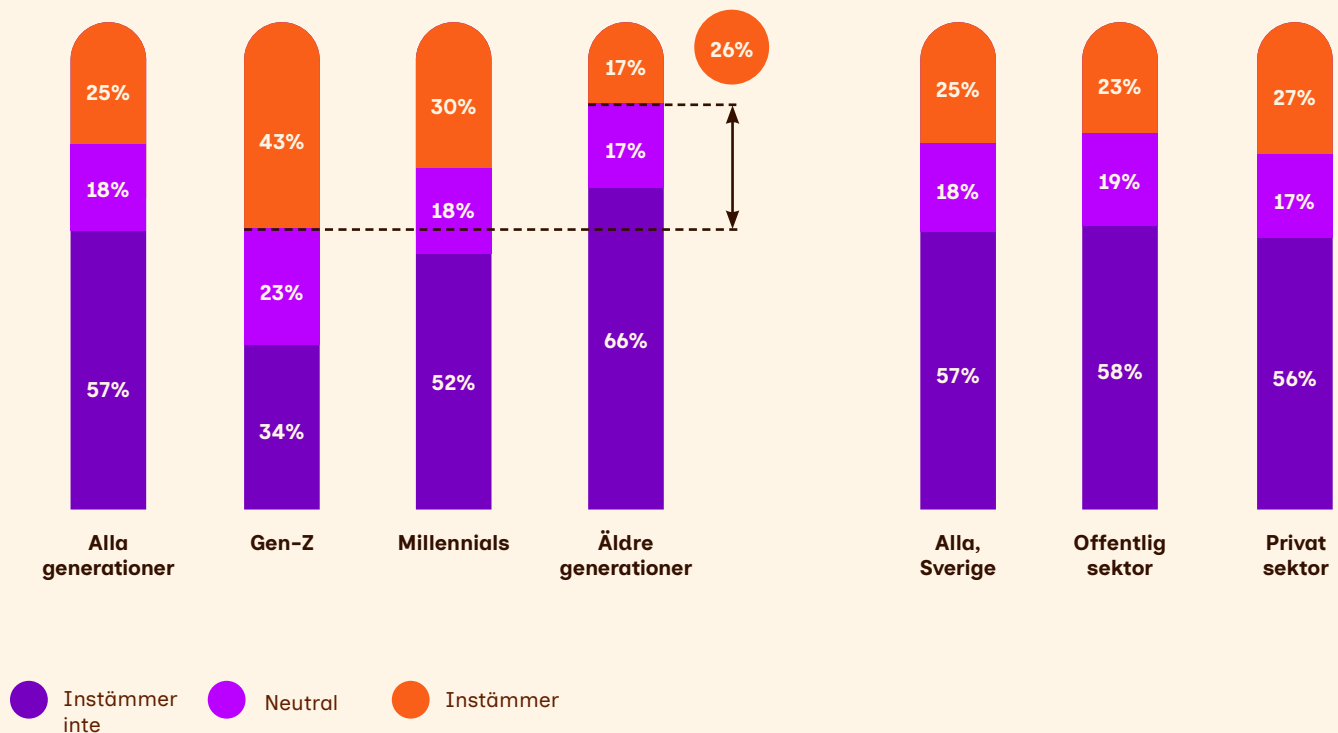
*Visades endast för de respondenter som har möjlighet att jobba på distans, men har minst en obligatorisk kontorsdag i veckan.

Distansarbete och ensamhet – ett generationsproblem?

De flesta anställda upplever inte ökad ensamhet av mindre kontorsnärvaro – men Generation Z är ett tydligt undantag. Unga rapporterar betydligt högre nivåer av ensamhet jämfört med äldre kollegor, vilket pekar på att distansarbete slår olika hårt beroende på var i karriären man befinner sig.

Distansarbete (Anställda, Sverige).

Jag känner mig mer ensam på jobbet nu när vi tillbringar mindre tid på kontoret.*



*Visades endast för de respondenter som har möjlighet att jobba på distans, men har minst en obligatorisk kontorsdag i veckan.

AI:s intåg på arbetsplatsen – möjlighet eller hot?

Artificiell intelligens omformar arbetsplatsen i snabb takt, och både arbetsgivare och anställda ser potentialen – framför allt att effektivisera arbetet, minska repetitiva uppgifter och öka produktiviteten. Men bilden är inte entydig. Arbetsgivare är överlag mer optimistiska, medan anställda förhåller sig mer försiktigt. En betydande andel saknar förtroende för att använda AI-verktyg, är osäkra på sin förmåga att anpassa sig, eller tveksamma till att låta AI

spela en roll i frågor som rör deras personliga välmående.

Det understryker att framgångsrik AI-adoption inte bara är en teknisk utmaning – det är minst lika mycket en mänsklig. Organisationer behöver investera i kompetens, förtroende och förändringsledning för att fullt ut ta tillvara på AI:s potential.

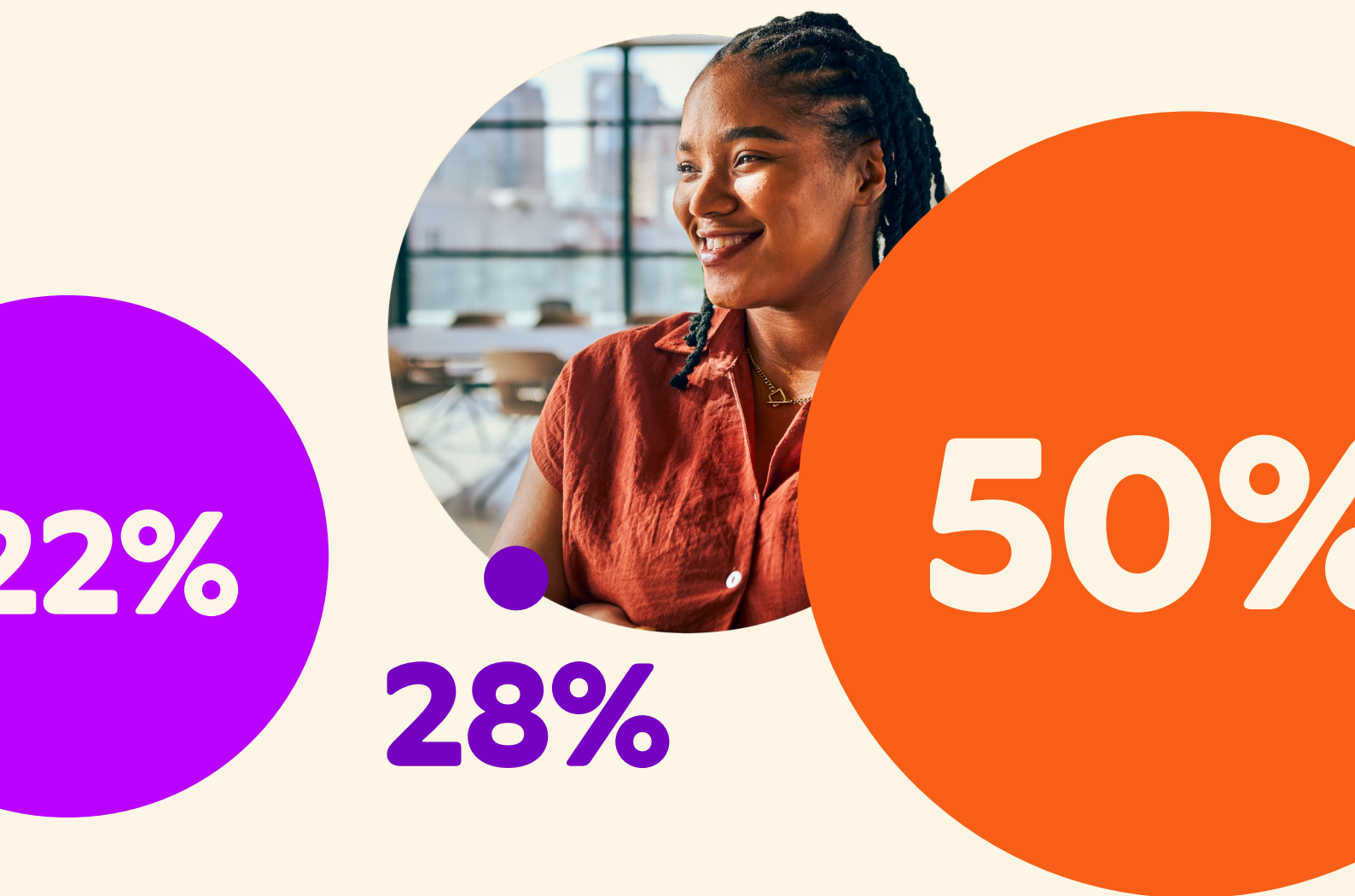


Bild relaterad till sida 60.

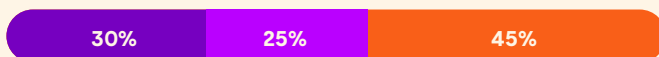
Arbetsgivare är avsevärt mer optimistiska till AI än anställda.

Arbetsgivare är betydligt mer övertygade om AI:s positiva effekt på prestation och produktivitet än vad anställda är. En märkbar andel av medarbetarna är fortsatt skeptiska – och bland dem som ser fördelar handlar det främst om ökad effektivitet, snarare än ekonomisk utdelning.



Effekten av AI (Anställda, Arbetsgivare, Sverige).

Anställda: AI-verktyg kan hjälpa mig att utföra mitt arbete mer effektivt.

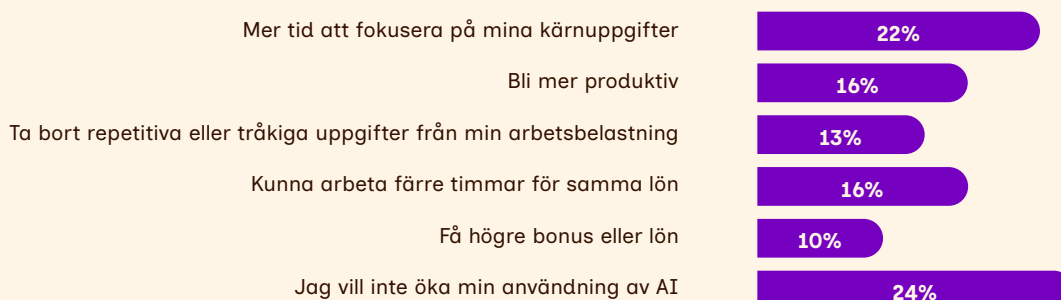


Arbetsgivare: AI kan hjälpa våra anställda att utföra sitt arbete mer effektivt.



Instämmer inte Neutral Instämmer

Anställda: Om AI fick en större roll i ditt arbetsliv, hur skulle det gynna dig?



Hur ser AI-beredskapen ut?

Paradoxen: Förtroendet för AI är störst bland yngre anställda och de i privat sektor — men det är samma grupper som också uttrycker störst oro över vad AI betyder för deras karriärer. Beredskap och ångslan går hand i hand.

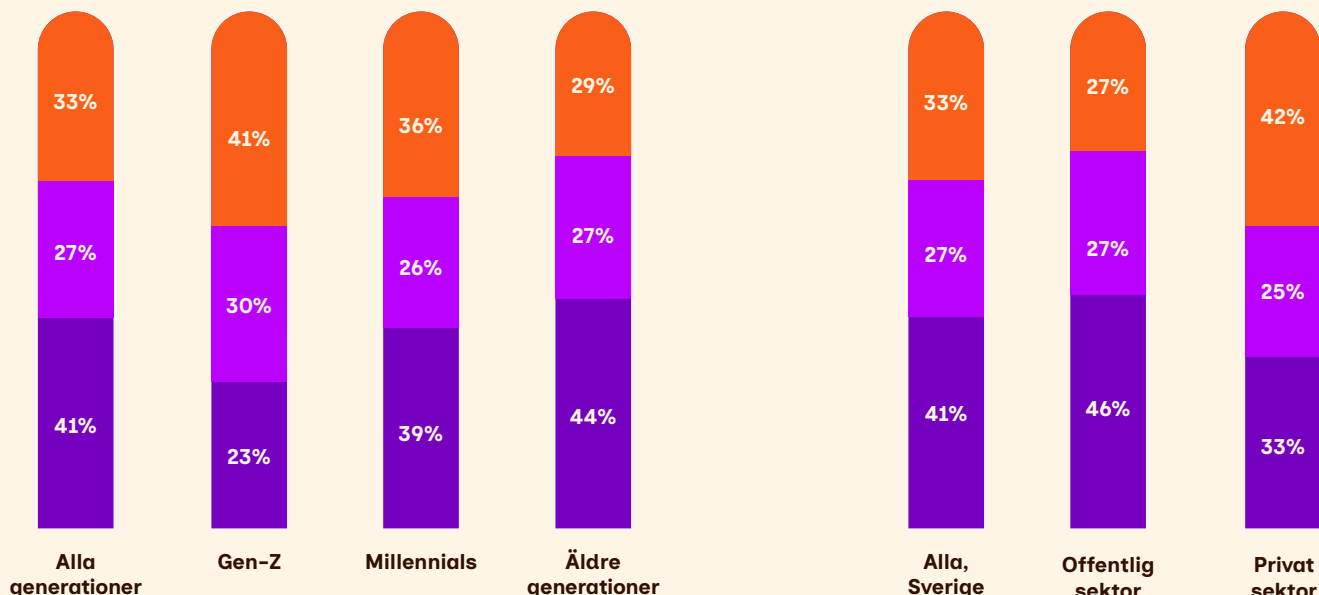
1 av 5 arbetstagare uppger att ökad AI-automatisering av arbetsuppgifter skulle undergräva deras känsla av mening och värde på jobbet.

AI-verktyg på jobbet (Anställda, Sverige).

Jag känner mig trygg i min förmåga att använda AI-verktyg effektivt i mitt arbete.



AI-relaterade förändringar gör att jag känner mig osäker på min långsiktiga framtid i organisationen.



● Instämmer inte ● Neutral ● Instämmer



Arbetsgivare ser AI som ett förmånsverktyg, inte en ersättning för välmåendestöd.

Arbetsgivare ser stor potential för AI att minska den administrativa bördan och stärka förmånsstrategin, men bekvämligheten med att AI ersätter mänsklig interaktion inom välmåendestödet är märkbart lägre – vilket tyder på att organisationer ser AI som ett effektivitetsverktyg snarare än ett substitut för mänsklig kontakt.

Effekten av AI (Arbetsgivare, Sverige).

AI kan avsevärt minska den arbetsinsats som krävs för att administrera förmåner

62%

AI kan i hög grad hjälpa oss att analysera och förbättra vårt förmånserbudande i linje med våra affärsmål

62%

Modern teknik kan hjälpa oss att avsevärt minska den administrativa bördan vid förmånshantering

64%

Jag känner mig bekväm med att nyttja AI för att administrera förmåner

60%

Jag tror att AI kan ersätta mänskliga interaktioner inom välmåendestöd

41%

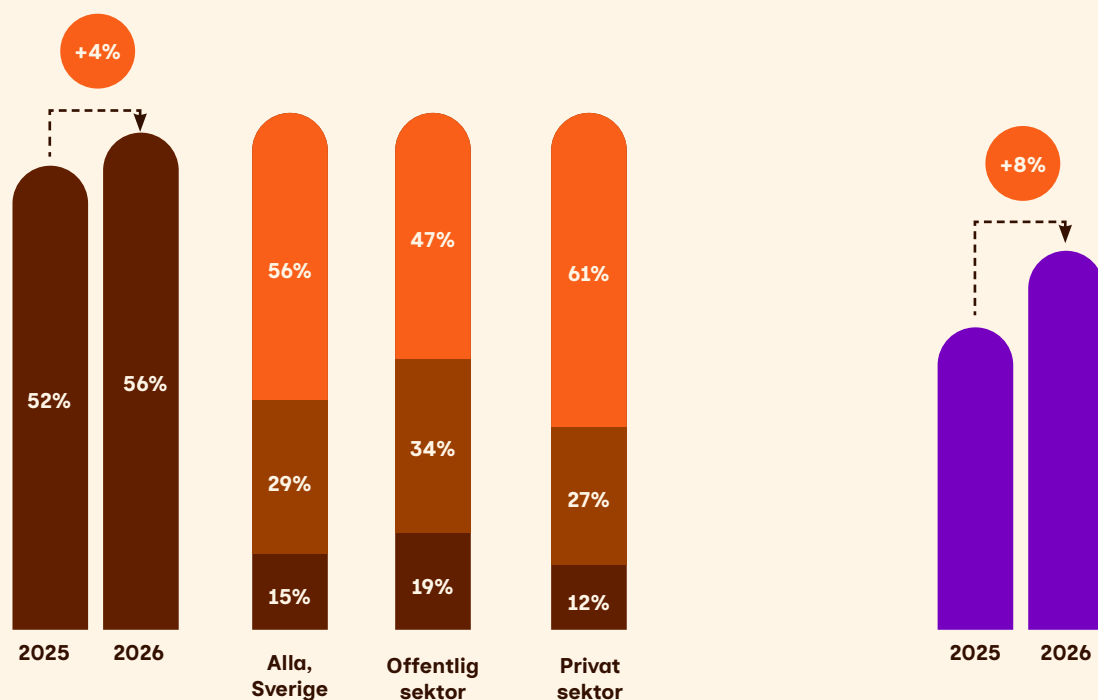
AI och välmående – klyftan mellan arbetsgivare och anställda minskar.

Arbetsgivare är fortsatt mer optimistiska än anställda om AI:s effekt på välmående – och klyftan är störst mellan privat och offentlig sektor. Men bilden förändras: anställda är mer positiva i år än förra året, vilket tyder på att gapet långsamt håller på att slutas.

AI:s effekt på välmående (Arbetsgivare, Anställda, Sverige).

Arbetsgivare: Om användningen av AI blir mer utbredd på vår arbetsplats tror jag att det kommer att ha en positiv effekt på medarbetarnas välmående.

Anställda: Om användningen av AI blir mer utbredd i mitt arbete tror jag att det kommer att ha en positiv effekt på mitt välmående.



● Instämmer inte ● Neutral ● Instämmer

Sverige sticker ut – minst öppna för AI-coaching i Europa.

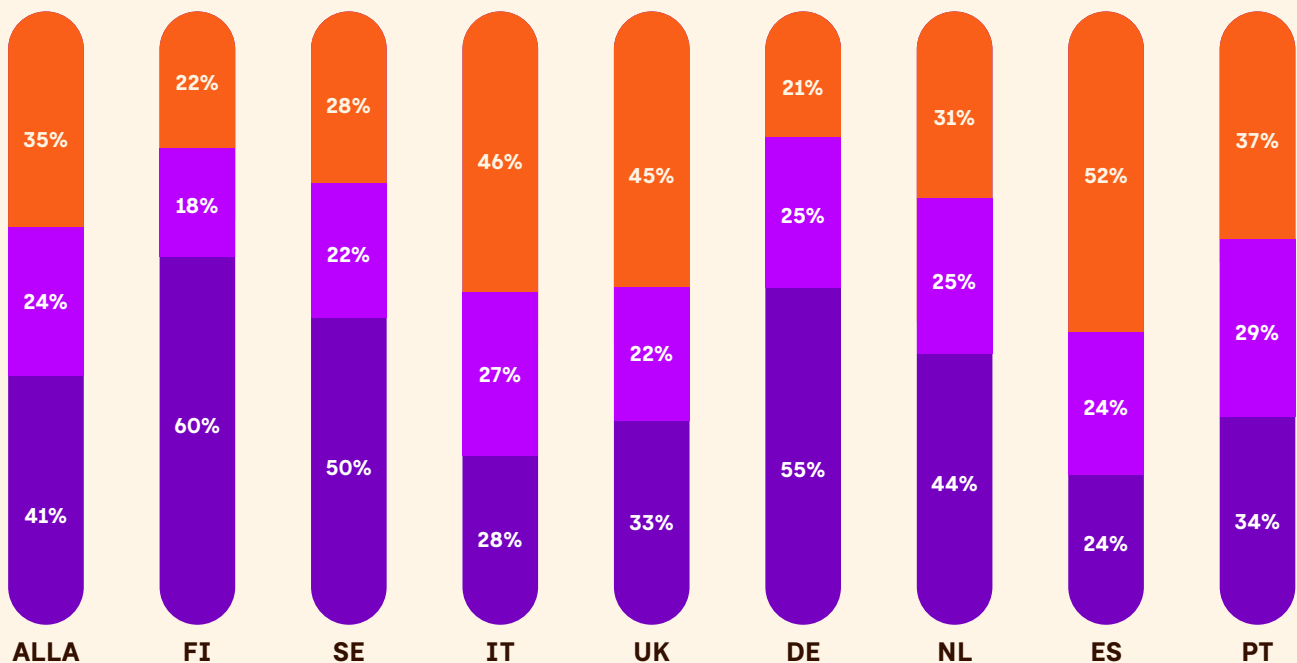
Medan AI-coaching vinner allt större mark i Europa är svenska arbetstagare bland de minst benägna att diskutera välmående med en AI. Det väcker frågor om kulturell motståndskraft och tilliten till digitala stödverktyg – och om Sverige riskerar att halka efter i den digitala välmåendeutvecklingen.

AI-mänsklig hybridarbetsplats (Anställda, 8 länder).

Det skulle kännas naturligt att diskutera frågor relaterade till mitt välmående med en AI-coach.

49%

av de anställda är villiga att dela grundläggande aktivitetsdata i utbyte mot personliga friskvårdsförmåner – med Millennials som uppvisar märkbart högre öppenhet för denna typ av utväxling av data i utbyte mot förmåner.



● Instämmer inte ● Neutral ● Instämmer

Det svenska förmåns- landskapet.

Här gör vi en fördjupning i friskvårdsbidraget, lunchförmånen och cykelförmånen.



23%



61%



16%

Bild relaterad till sida 67.

Nyttjandet av friskvårdsbidraget är högt – men det finns utrymme att växa.

Friskvårdsbidraget är nästan universellt tillgängligt och aktivt använt. Men ökad flexibilitet och bättre kommunikation är fortfarande de främsta hävstångarna för att frigöra ännu högre engagemang – tillsammans med incitament och organiserade utmaningar för en stor andel anställda.

Friskvårdsbidrag (Anställda, Sverige).

Erbjuder din organisation dig friskvårdsbidrag?



Nyttjar du det erbjudna friskvårdsbidraget?*



● Nej ● Ja ● Vet ej

Vilka förbättringar eller initiativ skulle motivera dig att använda hela ditt friskvårdsbidrag?*



*Visades endast för anställda vars nuvarande arbetsgivare erbjuder friskvårdsbidrag och som själva använder detta bidrag.

**Respondenterna kunde välja upp till tre alternativ. Inom offentlig sektor valde anställda i genomsnitt 1,87 alternativ, jämfört med 2,13 inom privat sektor.

Den primära drivkraften är att uppmuntra till fysisk aktivitet.

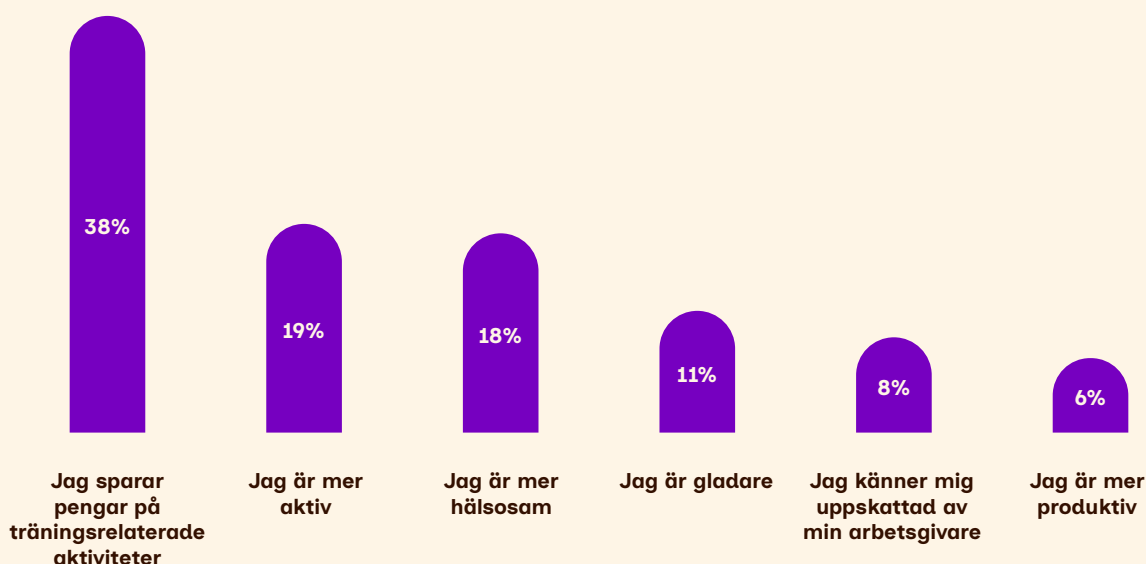
Arbetsgivare erbjuder friskvårdsbidrag främst för att uppmuntra till fysisk aktivitet och förbättra hälsan. Anställda tar emot det i samma anda – men det mest rapporterade utfallet är möjligheten att spara pengar på hälso- och fritidsaktiviteter.

Friskvårdsbidrag (Arbetsgivare, Anställda, Sverige).

Arbetsgivare: Varför erbjuder ert företag friskvårdsbidrag till era anställda?



Anställda: Vad är den största vinsten med ditt friskvårdsbidrag?*



*Visades endast för anställda vars arbetsgivare erbjuder friskvårdsbidrag och som själva använder det.

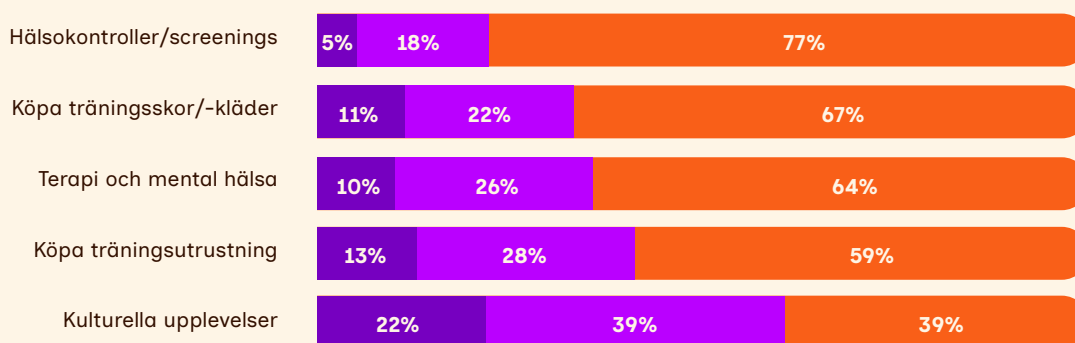


Starkt intresse av att utvidga friskvårdsbidraget – med hälsokontroller i tåten.

Anställda rankar hälsokontroller högst bland de kategorier som bör inkluderas i friskvårdsbidraget. Intresset för mentalt välmående är högt bland anställda (64 %), men ännu högre bland arbetsgivare, där 81% anser att det bör inkluderas.

Friskvårdsbidrag (Anställda, Sverige).

Vilka kategorier bör täckas av friskvårdsbidraget?*



● Ej relevant ● Neutral ● Relevant

*Visades endast för anställda vars nuvarande arbetsgivare erbjuder friskvårdsbidrag.

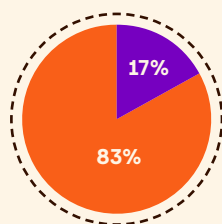
Lunchförmånen stödjer välmående och umgänge med kollegor.

Lunchförmånen används i ovanligt hög utsträckning bland dem som har tillgång till den. Både arbetsgivare och anställda rapporterar stark effekt på välmående och social interaktion – och arbetsgivare lyfter även fram förmånens roll i att uppmuntra kontorsnärvaro och stärka relationerna mellan kollegor.

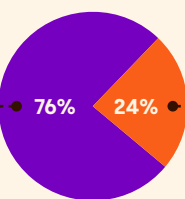
Lunchförmån (Anställda, Arbetsgivare, Sverige).

Anställda.

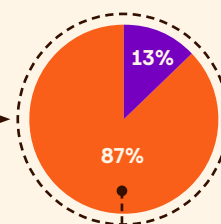
Skulle du använda lunchförmånen om den erbjöds?



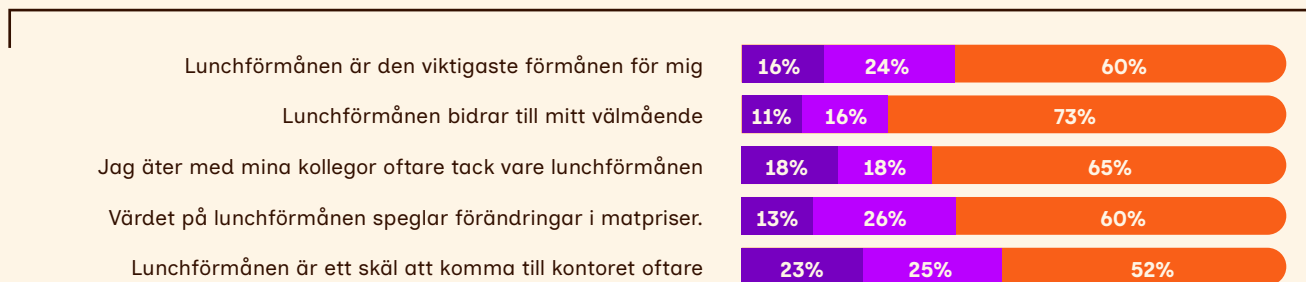
Erbjuder din arbetsgivare en lunchförmån?



Har du nyttjat den erbjudna lunchförmånen?

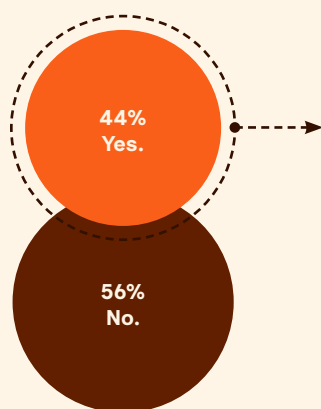


Instämmer du i följande påståenden?*

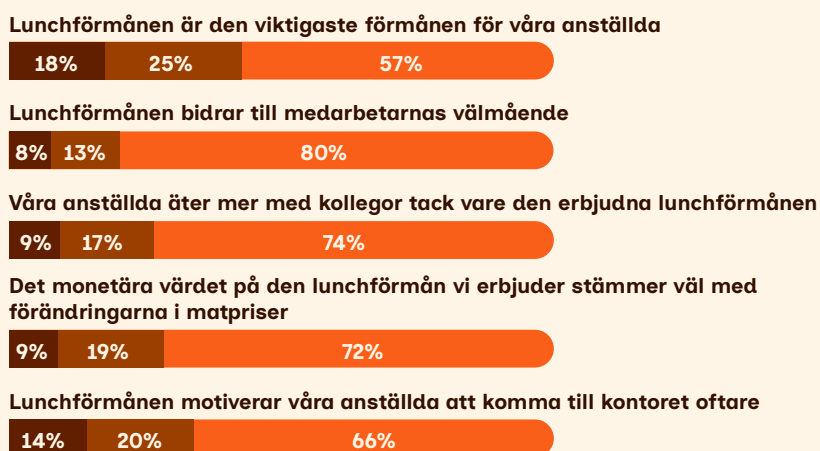


Arbetsgivare.

Erbjuder ni lunchförmån till era anställda?



Instämmer ni i följande påståenden?*



*Visades endast för respondenter som har lunchförmån.

● Nej/Instämmer inte ● Neutral ● Ja/Instämmer

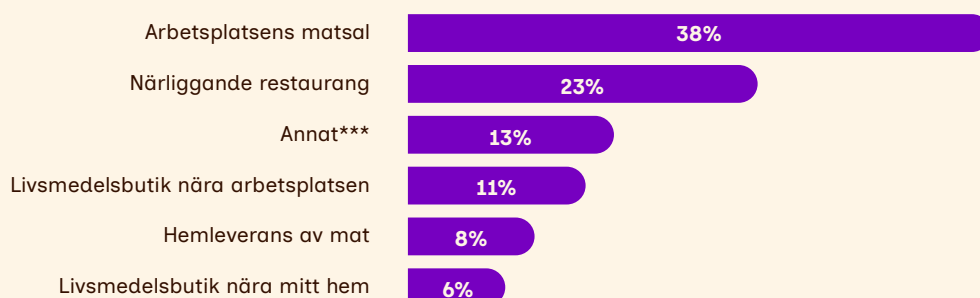


Närhet, preferenser och kostnad: vad som formar nyttjandet av lunchförmånen.

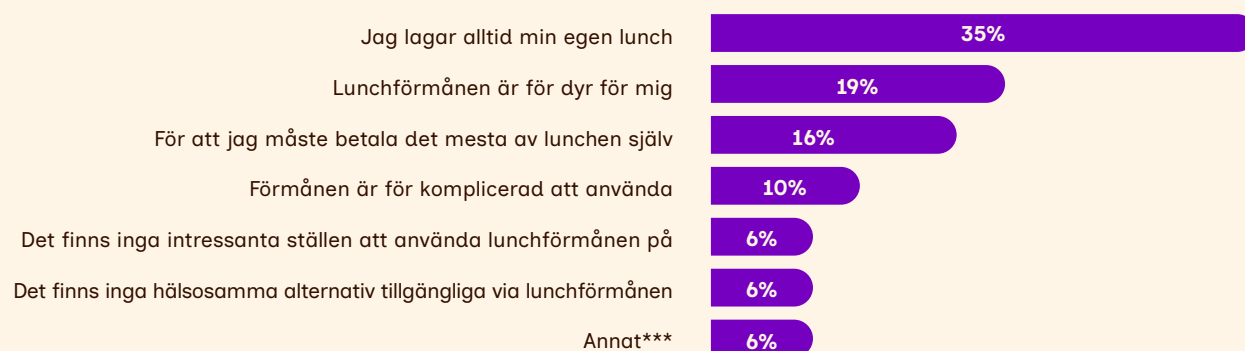
Lunchförmånen används främst i närheten av arbetsplatsen, medan alternativ nära hemmet nyttjas i liten utsträckning. Bland dem som väljer att inte använda förmånen är de vanligaste hindren en personlig preferens för hemlagad mat samt att förmånen upplevs som för dyr.

Lunchförmån (Anställda, Sverige).

Var använder du vanligtvis lunchförmånen?*



Varför har du inte använt den erbjudna lunchförmånen?**



*Visades endast för anställda vars arbetsgivare erbjuder lunchförmån och som själva har använt den.

**Visades endast för anställda vars arbetsgivare erbjuder lunchförmån och som inte har använt den.

***Till exempel i arbetsplatsens matsal eller vid måltider med elever under tillsyn.

Cykelförmånen förknippas starkt med hälsa och hållbarhet.

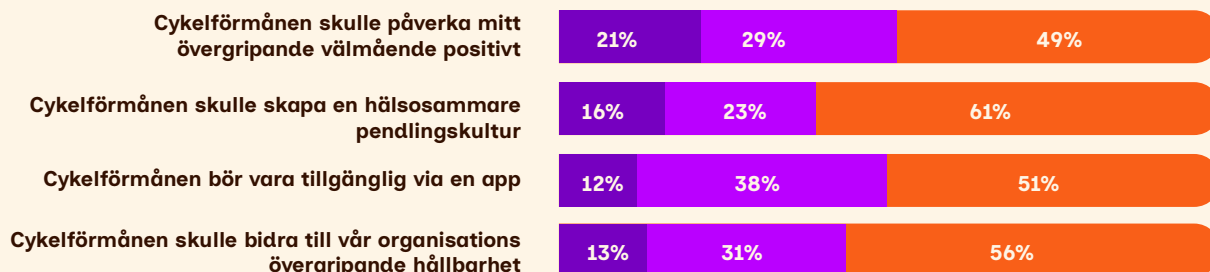
Både anställda och arbetsgivare ser stor potential i cykelförmånen — hälsosammare pendlingsvanor, förbättrat välmående och ökad hållbarhet lyfts alla fram som starka argument. Arbetsgivare är dock genomgående mer övertygade än anställda, oavsett dimension.

En cykelförmån ger anställda möjlighet att köpa en cykel och tillhörande tillbehör via ett leasingavtal, vilket gör att de kan spara upp till 35 % av cykelns ursprungspris tack vare skatterelaterade besparingar.

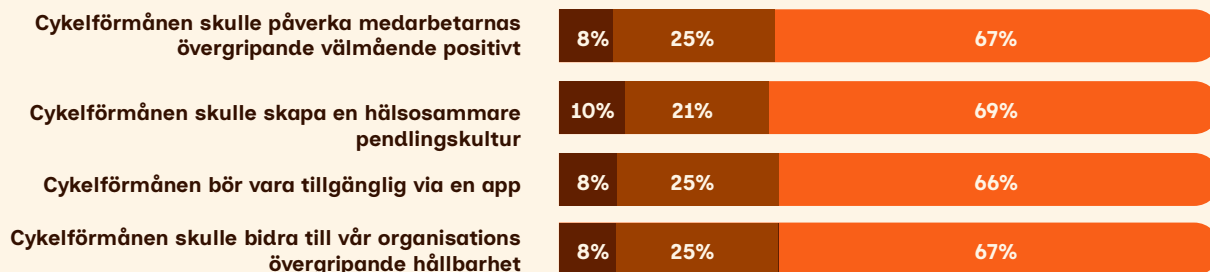
Anställda, Arbetsgivare, Sverige:




Instämmer du/ni i följande påståenden?

Anställda.



Arbetsgivare.



 Instämmer inte  Neutral  Instämmer

Nyckelinsikter från Den stora studien om personalförmåner 2026.

I takt med att arbetslivet förändras blir personalförmåner en strategisk prioritering – inte bara för att attrahera och behålla talanger, utan för att bygga arbetsplatser där människor verkligen trivs och mår bra.

- Förmåner är en viktig drivkraft för tillfredsställelse på jobbet och hur anställda uppfattar sin arbetsgivare – 55% skulle tacka nej till ett jobberbjudande om förmånspaketet var för svagt.
- Bland yngre generationer skulle var tredje acceptera en lägre lön i utbyte mot bättre förmåner.
- Arbetsgivare verkar medvetna om denna förändring och ökar sina förmånsinvesteringar jämfört med förra året – den vanligaste orsaken är för att stödja medarbetarnas välmående.
- En majoritet av de anställda är nöjda med sina nuvarande förmåner, men många tror att andra arbetsgivare erbjuder mer konkurrenskraftiga paket.
- Relevans är avgörande: den vanligaste orsaken till nöjdhet är att förmånerna känns personligt relevanta – och den vanligaste orsaken till missnöje är att de inte gör det.
- Anställda som är mest nöjda med sina förmåner rapporterar märkbart lägre nivåer av utmattning än de som är missnöjda.
- Det finns ett tydligt gap mellan arbetsgivares och anställdas syn på utbrändhet – arbetsgivare anser i stort sett att de gör tillräckligt för att förebygga det, men anställda håller inte med. Var fjärde anställd uppger att deras arbetsbelastning inte är hållbar på lång sikt.
- När anställda tillfrågas om vad de helst vill att arbetsgivaren investerar i för deras välmående är den högsta önskan ett höjt friskvårdsbidrag – och en majoritet föredrar att arbetsgivaren investerar i välmående framför att få en löneökning.
- Både arbetsgivare och anställda är överens om att tillgång till förmåner via en app bidrar till hälsosammare vanor och ökar användningen. Det finns också ett tydligt mönster där appanvändare – särskilt Epassi-användare – rapporterar lägre nivåer av utmattning jämfört med dem som inte använder en förmånsapp.

Dessa insikter pekar på en sak: rätt förmåner gör verklig skillnad. Med över 50 000 arbetsgivare i Europa och mer än en miljon användare i Sverige vet Epassi hur man skapar förmåner som faktiskt används och uppskattas. Låt oss hjälpa dig att komma dit.

Rätt förmåner gör verklig skillnad.

Medarbetare som upplever att deras förmåner är relevanta rapporterar högre jobbtillfredsställelse, lägre utmattning och större lojalitet mot sin arbetsgivare.

Ändå finns det ett tydligt gap mellan vad arbetsgivare erbjuder och vad medarbetare faktiskt värdesätter.

Den stora studien om personalförmåner 2026 visar att det inte handlar om att spendera mer — utan om att investera smartare.

Redo att bygga en förmånsstrategi som verkligen fungerar?

Epassi hjälper över 50 000 arbetsgivare i Europa att erbjuda digitala, inspirerande förmåner som medarbetare faktiskt använder. Skanna QR-koden för att boka en kostnadsfri demo med en av våra experter.

