



**FÖR MER INFORMATION**

JOHAN PARMLER, VD SVENSKT KVALITETSINDEX

► johan.parmler@kvalitetsindex.se

► 073-151 75 98

2026-05-25

# Bemanningsbranschen vänder uppåt – men tre signaler i årets mätning pekar åt ett annat håll

Kundnöjdheten i bemanningsbranschen ökar med 2,0 enheter till 70,0 i 2026 års mätning från Svenskt Kvalitetsindex (SKI). På ytan är det en tydlig återhämtning. Men under ytan syns tre parallella rörelser som pekar åt motsatt håll: förtroendet för branschen har fallit kraftigt de senaste två åren, kunderna rör sig bort från helt digitala lösningar och många missnöjda kunder säger aldrig något. Det gör årets resultat mer komplext än vad branschnittet först antyder.

## Återhämtningen är tydlig – men förtroendet fortsätter falla

70,0 är en tydlig förbättring från fjolårets bottenivå på 68,0. Manpower ökar med 5,0 enheter, Lernia Bemanning med 4,8 och Adecco med 4,5. Det är stora rörelser på kort tid och visar att kundnöjdhet är något som går att påverka aktivt.

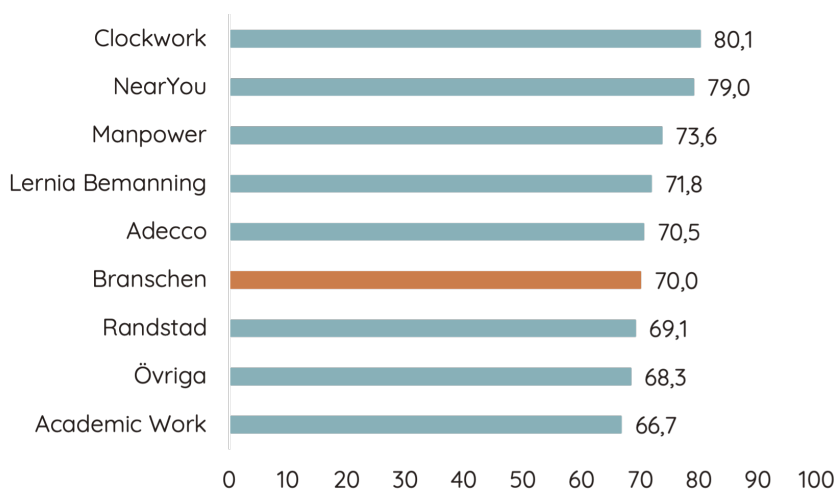
Samtidigt berättar förtroendesiffrorna en annan historia. Förtroendet för bemanningsbranschen har fallit från 70,7 år 2024 till 61,4 år 2026 – ett tapp på 9,3 enheter på bara två år. Kunderna är alltså mer nöjda med den faktiska leveransen här och nu, men samtidigt mer tveksamma till branschen på lång sikt. Det är den utvecklingen som sticker ut mest i årets mätning.

## Branschen investerar i digitalt – kunderna söker sig tillbaka till relationen

I 2023 års mätning uppgav 60 procent av kunderna att de kunde tänka sig en helt digital bemanningsprocess. I årets mätning har den siffran fallit till 42 procent. På tre år har viljan att flytta hela kundresan online minskat kraftigt.

Samma utveckling syns i synen på de digitala verktygen. Betyget för att de digitala plattformarna tillför något som kontaktpersonen inte kan ersätta faller från 71,7 till 65,9. Även upplevelsen av att få en bra matchning genom plattformarna minskar tydligt.

**Kundnöjdhet Bemanning 2026**  
Betyg 0-100



Utvecklingen är intressant eftersom branschen under flera år investerat tungt i digitala matchningsverktyg och AI-drivna processer. Men kunderna verkar röra sig i motsatt riktning. Efter några år av digital nyfikenhet blir den personliga kontakten åter viktigare.

Frågan är därför inte om digitalisering är rätt eller fel – utan om investeringarna sker i områden där kunderna faktiskt upplever ett värde.

” Det är glädjande att se en rörelse i rätt riktning. Men skillnaderna mellan branschens starkaste och svagaste aktörer visar att kundupplevelsen fortfarande är ett strategiskt val, inte ett branschvillkor. De bolag som satsar på nära relationer och proaktivitet är också de som lyckas bäst” säger Johan Parmler, vd på SKI.

### Den tysta missnöjdheten växer

Tre av tio kunder uppger att de haft anledning att klaga under det senaste året. Men bara hälften framförde faktiskt sitt klagomål.

Det innebär att omkring var sjätte kund är missnöjd utan att säga något. De syns inte i intern statistik, hör inte av sig till kundservice och dyker sällan upp i uppföljningar. De är osynliga tills de inte längre är kunder.

Skillnaderna mellan bolagen är samtidigt stora. Hos de högst rankade aktörerna ligger andelen missnöjda kunder under tio procent. Hos de lägst rankade är siffran nästan tre gånger högre.

### Proaktivitet avgör vem som lyckas

Det lägsta betyget i hela mätningen handlar om förmågan att ta initiativ och komma med relevanta erbjudanden. Samtidigt är det också den faktor som tydligast skiljer topprankade aktörer från resten av branschen.

Clockwork och NearYou, som är de enda bolagen i kategorin ”mycket nöjd”, utmärker sig framför allt genom höga betyg på kundnärhet, pålitlighet och proaktiv kommunikation.

Även matchningen fortsätter vara ett område där kundernas förväntningar är höga men där leveransen inte fullt ut når fram. Kunderna efterfrågar framför allt bättre förståelse för verksamheten, högre kompetens hos kontaktpersonerna och snabbare processer.

Som en kund uttrycker det:

”Mitt bemanningsbolag känner inte min verksamhet tillräckligt väl för att hjälpa mig innan jag själv behöver fråga.”

Sammantaget pekar årets resultat mot samma grundproblem. Förtroendet faller när kunderna inte känner sig sedda. Digitala lösningar tappar kraft när de inte förstärker relationen. Och den tysta missnöjdheten växer när kunderna inte tror att det spelar någon roll att säga något.

”Branschen lovar flexibilitet och precision, men levererar det ännu inte tillräckligt konsekvent. De bolag som lyckas kombinera personliga relationer med ett proaktivt arbetssätt är också de som bygger starkast förtroende över tid” säger Calle Walmstedt, projektledare på SKI.

### Tre saker branschen behöver göra annorlunda 2026

Kundnöjdheten behöver användas mer framåtblickande. Resultaten visar inte bara hur kunderna upplevt det senaste året, utan är också en stark indikator på framtida beteenden och lojalitet.

Branschen behöver också investera mer i relationen mellan kund och kontaktperson. Digitala lösningar är viktiga, men de ersätter inte den personliga förståelsen för kundens verksamhet.

Samtidigt behöver bolagen bli bättre på att fånga upp den tysta missnöjdheten innan kunderna försvinner. De aktörer som lyckas bäst är också de som arbetar mest systematiskt med att fråga kunderna hur de upplever samarbetet – innan problemen växer sig stora.

## Not, om studien 2026

Svenskt Kvalitetsindex har mätt kundnöjdheten inom bemanningsbranschen sedan 2007. Respondenterna svarar på frågor kring upplevelsen av sitt bemanningsföretag och aktörerna erbjuder tjänster inom personaluthyrning, rekrytering, bemanningstjänster med ett mer konsultativt innehåll samt strategisk bemanning. Databasinsamlingen pågick under april och maj 2026 och totalt samlades 881 intervjuer in.