

KANTAR SIFO

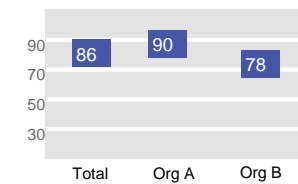
Kantar Sifos anseendeindex för
svenska lärosäten 2017



Anseende

- | | | |
|---|-------------------------|-----------------------------|
| 1 | Övergripande värdering | Allmänt rykte |
| 2 | Personligt intryck | Känslomässig
samhörighet |
| 3 | Lita på | |
| 4 | Kvalitet i utbildningar | Lärosätets
kompetens |
| 5 | Framgång | |

Anseendeindex



Anseendeindex svenska lärosäten 2017

Chalmers toppar

För sjätte året i följd presenterar Kantar Sifo sitt anseendeindex för svenska lärosäten. De i allmänhetens ögon forskningstunga, tekniska lärosätena och våra äldsta universitet ligger i topp. Chalmers har högst anseende följt av Kungliga Tekniska högskolan och Lunds universitet. Därefter rankar de något yngre universiteten. I botten av de undersökta lärosätena ligger de regionala högskolorna. Eventuella jämförelser gör sig bäst mellan lärosäten med likartade förutsättningar.

Karolinska institutets tapp från i fjol fortsätter. Det är de allvarliga händelserna kring gästprofessor Paolo Macchiarini som fått genklang långt utanför institutets väggar. KI lider fortfarande av affären och frågan är när det klingar av. Så länge affären pågår i det offentliga är det svårt att skaka av sig den. När offentlighetens ljus sloknat, har dock KI goda förutsättningar att återhämta sig eftersom utgångspunkten var väldigt höga anseendenivåer. Men resan tillbaka kan komma att pågå ett tag.

Mittuniversitetet på uppgång

Den (enda) signifikanta uppgången från i fjol är Mittuniversitetets ökning. Bland de frågor som bygger indexet har Mittuniversitetet framför allt förbättrat sitt övergripande rykte, tilliten i långa loppet och upplevelsen av kvaliteten i utbildningarna.

Allmänheten är tillfrågad

I den här studien undersöker vi bilden av lärosätena bland en allmänhet som har någon kännedom, mer än bara namnet, av respektive lärosäte. Alltså inte enbart de som studerar eller arbetar inom sektorn. Det vore en annan undersökning. Här har vi fokus på allmänheten, medborgarna, de som skickar sina barn till lärosätena, som jobbar där, som har vänner som arbetar där, som drar nytta av forskningsresultat, som väljer politiker som beslutar om inriktning för utbildningsväsendet och som till stor del bidrar till deras finansiering. Det är en viktig grupp vi tillfrågat. Ett högt anseende hos gruppen ger bättre förutsättningar att bli lyssnad på.

Verksamheten kommer först

Det finns en stark korrelation mellan kännedom och anseende för lärosäten. Förutom detta visar analysen att de generella faktorer som starkast driver anseendet för lärosätena är att de behöver upplevas vara framgångsrika, hålla hög klass, vara konkurrenskraftiga och trovärdiga i media.

Grunden för ett gott anseende är således en väl fungerande verksamhet. Det kommer alltid först. Men det krävs också en god förmåga att kommunicera lärosätets

framgångar och fördelar. Det finns ingen naturlag som säger att allmänheten och andra intressenter känner till allt bra som görs vid landets lärosäten.

Med det generella i åtanke, skiljer sig dock de individuella lärosätena åt. De har olika fördelar att lyfta fram och olika svagheter att bearbeta. De lärosäten som så önskar har möjlighet till fördjupade och specifika analyser.

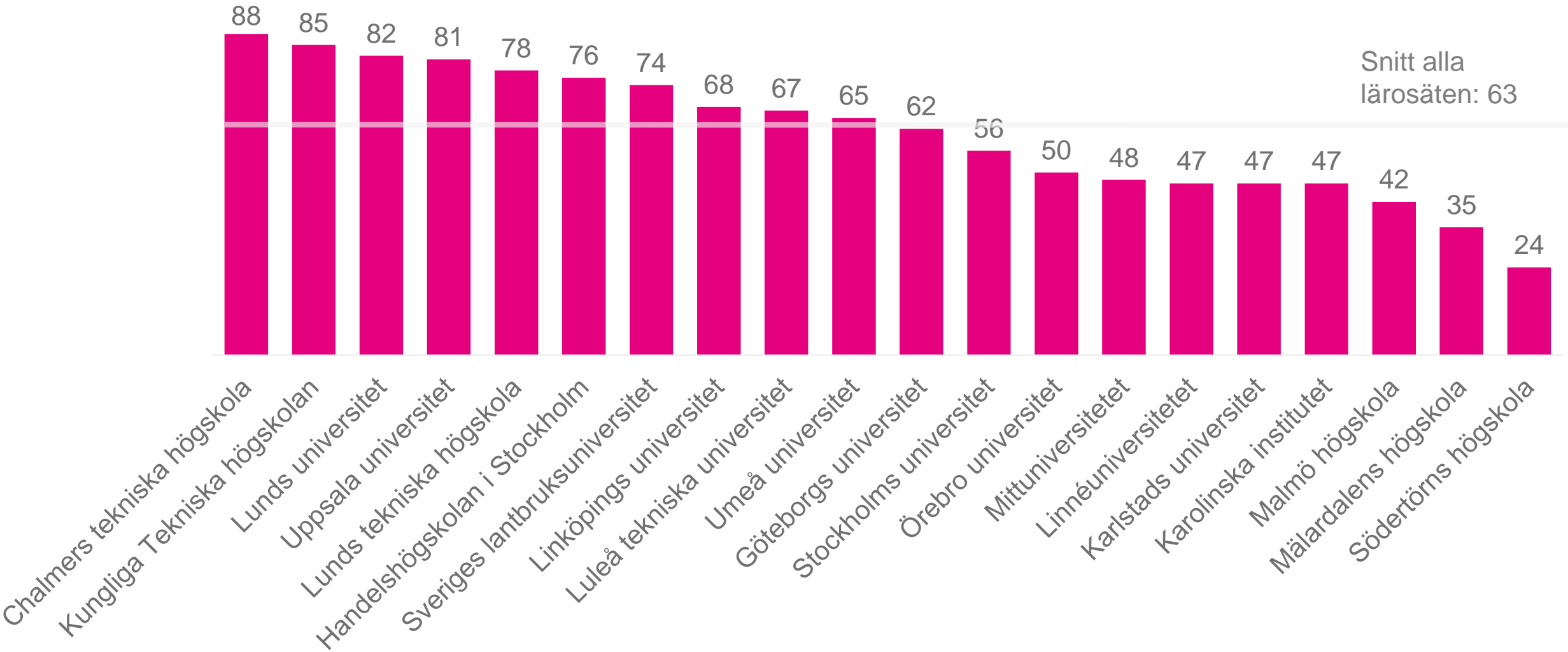
Mediebilden en viktigt faktor att beakta

Allmänheten bygger sin bild delvis på mediebilden, på den egna kontakten och på vad nära och kära berättar. För de lärosäten där mediebilden utgör den största kunskapskällan finns en klar risk att anseendet drabbas relativt sett hårdare vid en kris. Samtidigt utgör redaktionella och sociala medier också en möjlighet för alla lärosäten att sprida de budskap som bevisligen har en starkare påverkan på anseendet. En nyhet i år är därför att vi också fördjupar de specifika analyserna kring mediebildens påverkan på lärosätet.

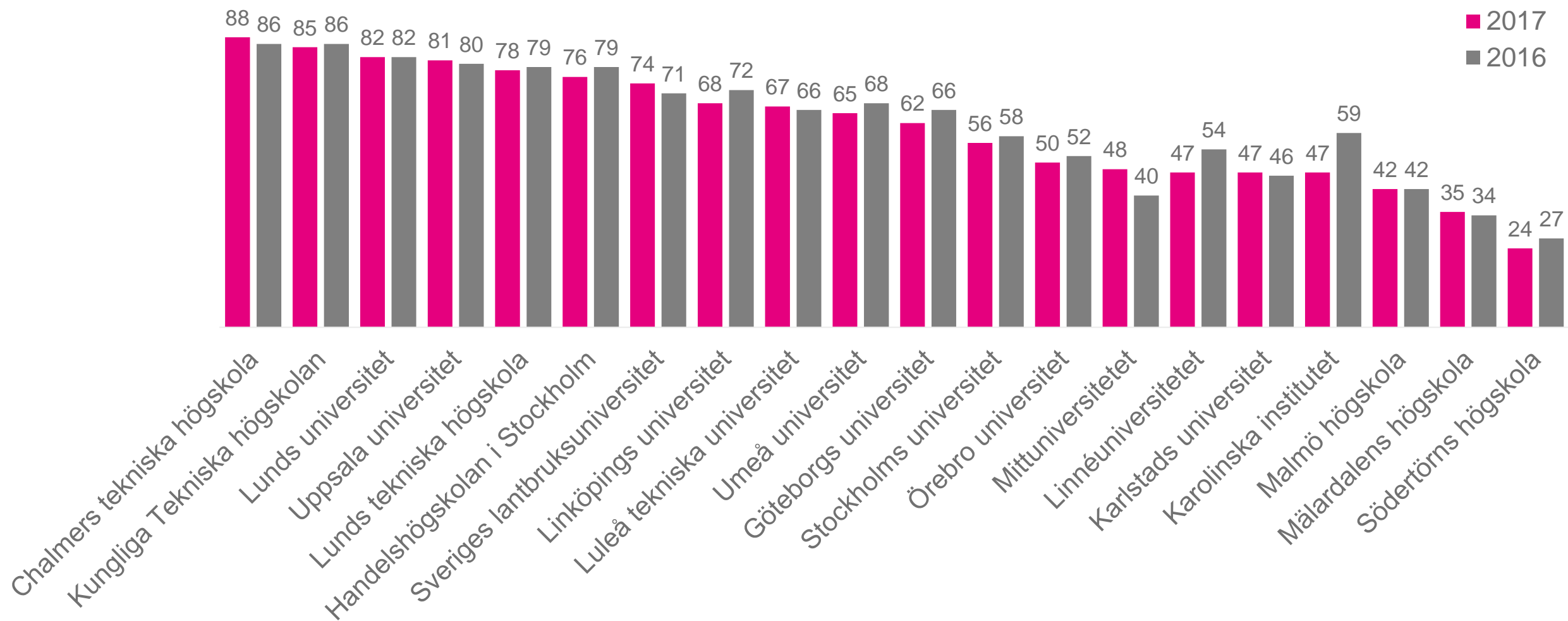
En undersökning av det här slaget ger många svar, men bidrar också till nya frågor som kan utveckla verksamheten. Vår förhoppning är att undersökningen över tid bidrar till en ökad kunskap hos våra lärosäten.

Kantar Sifo, 22 augusti 2017

Årets ranking: Kantar Sifos anseendeindex för svenska lärosäten 2017



Anseendeindex 2017 vs. 2016 – Karolinska institutet fortsätter tappa

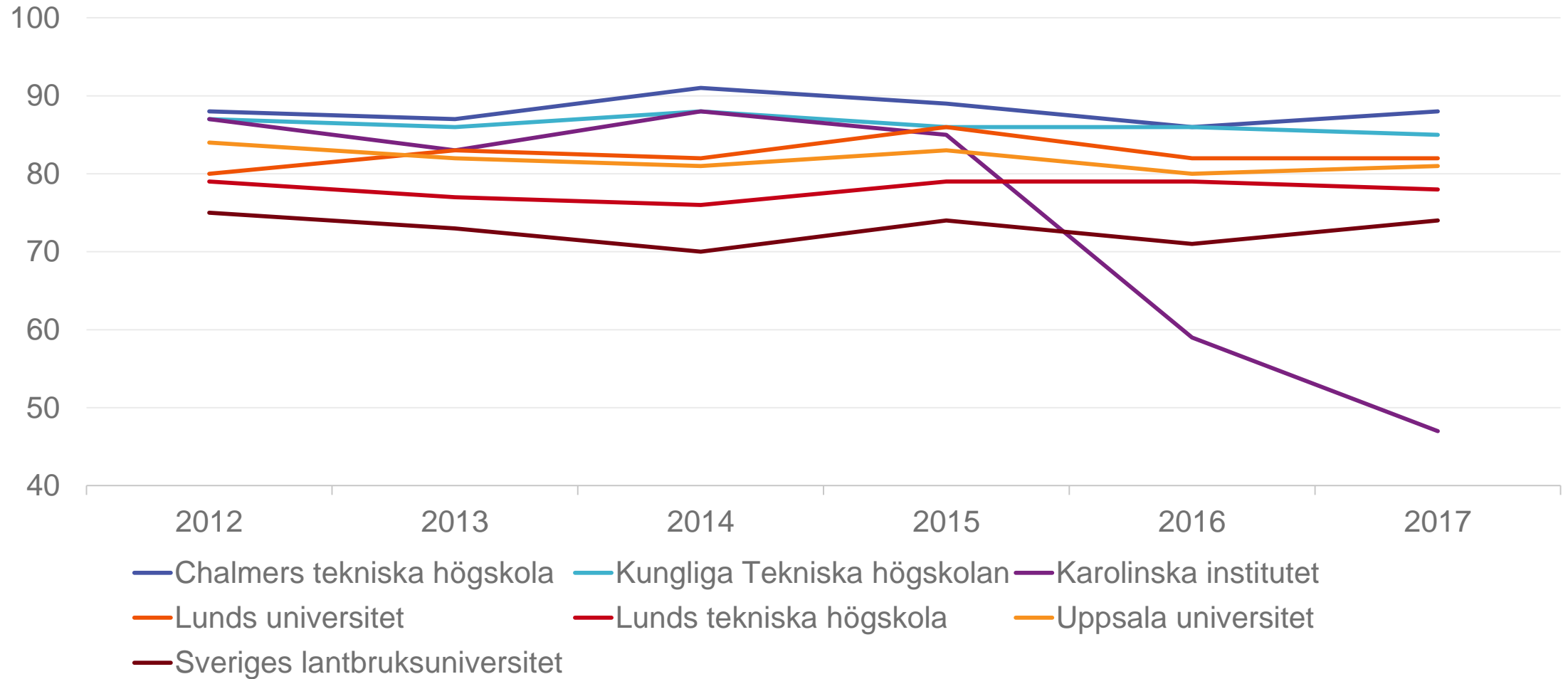


Lärosäten vars anseende förändrats mest under det senaste året

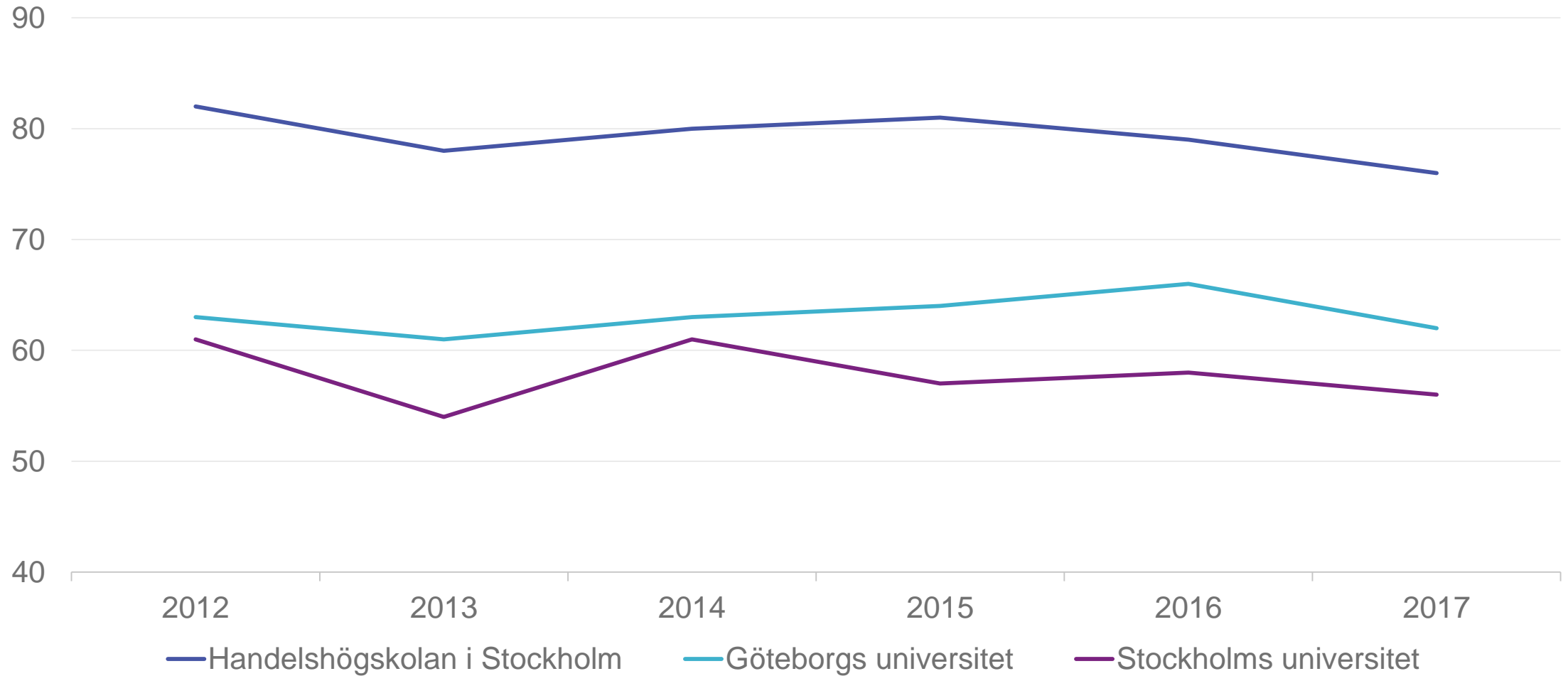
		2016	2017	
Mittuniversitetet	↑	40	48	+8
Linnéuniversitet	↓	54	47	-7*
Karolinska Institutet	↓	59	47	-12

* Linnéuniversitetets nedgång är förvisso signifikant, men nedgången behöver inte vara så dramatisk som nivån ter sig. Antalet intervjuer under 2016 var få och felmarginalerna stora.

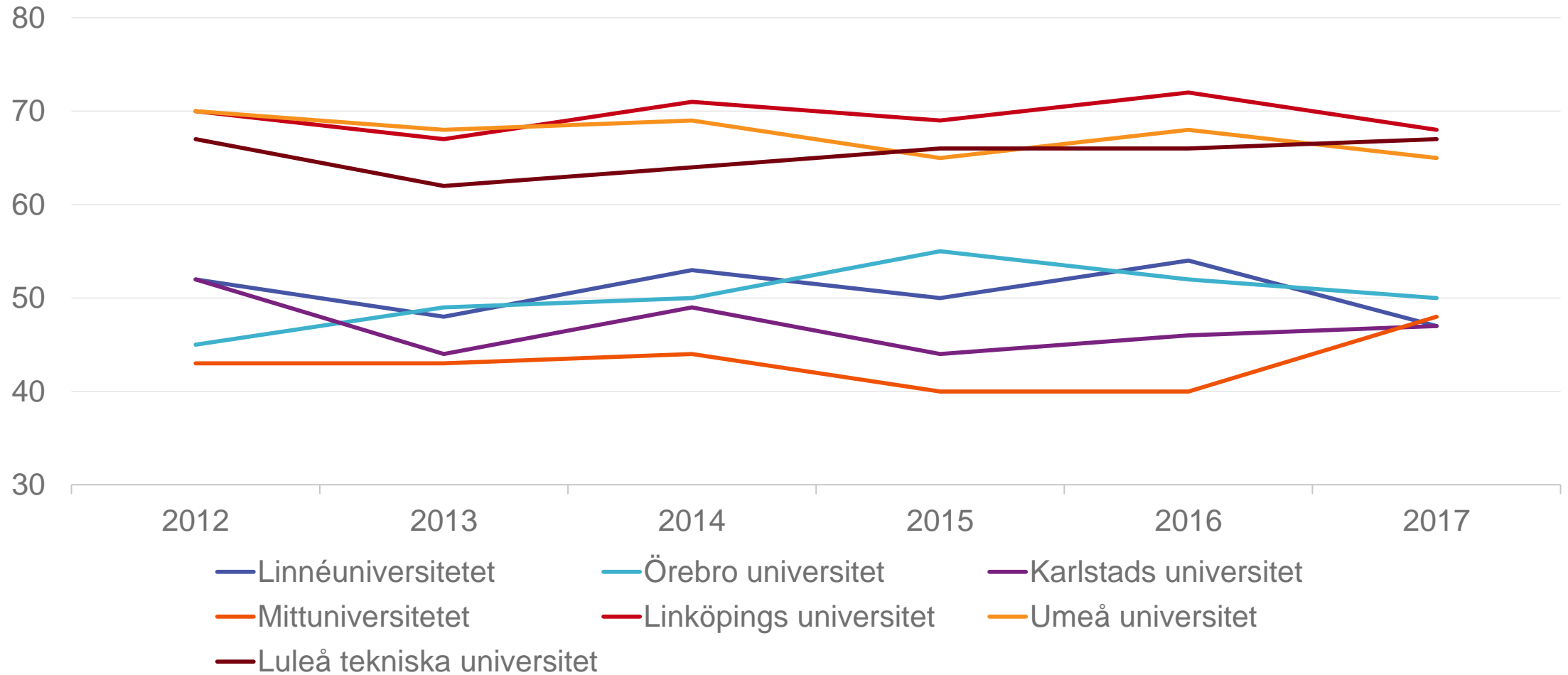
Anseendeindex 2012 – 2017



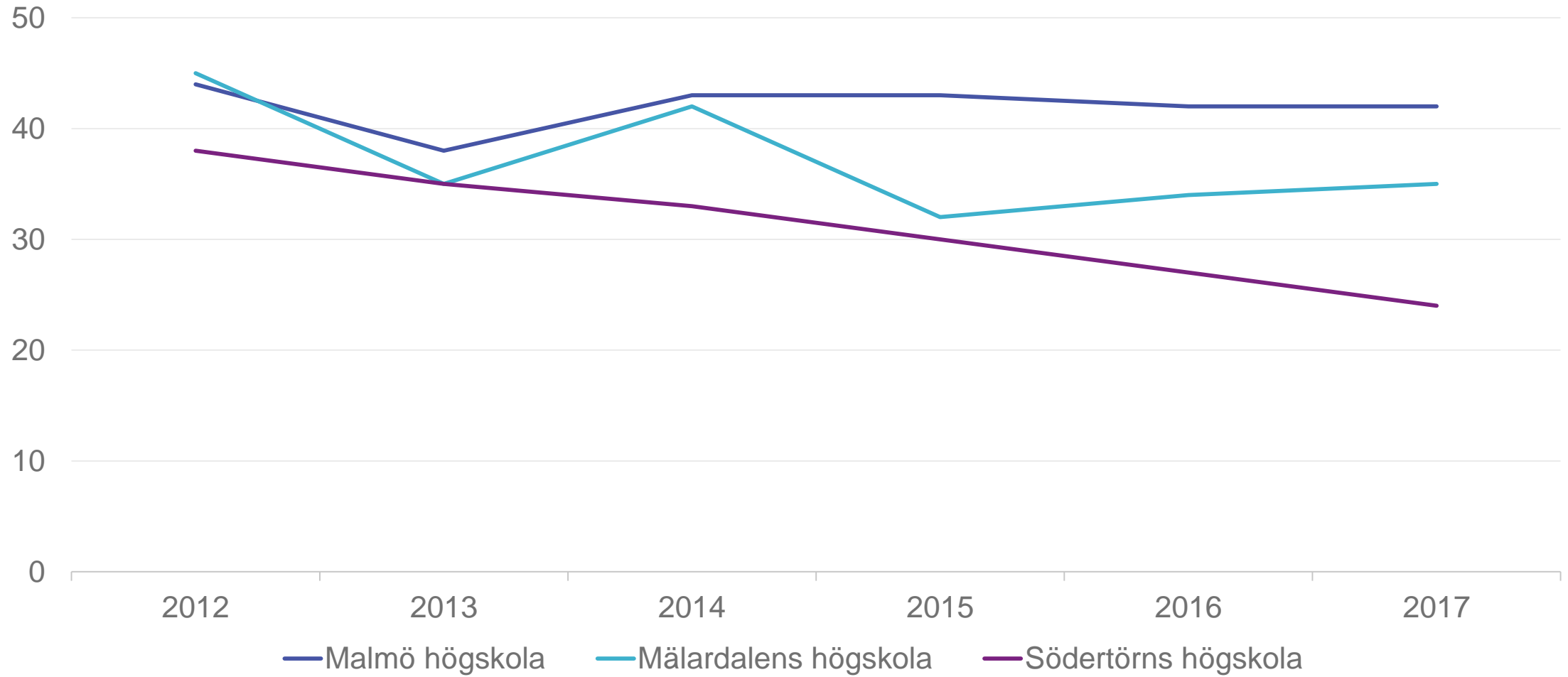
Anseendeindex 2012 – 2017



Anseendeindex 2012 – 2017



Anseendeindex 2012 – 2017



Metod

- Målgrupp: allmänheten 18-74 år
- Urvalsram: [Kantar Sifos Onlinepanel](#) – en slumpmässigt rekryterad panel
- Datainsamlingsmetod: webbaserad enkät
- Fältperiod: 2017-06-20 till 2017-07-03
- Antal intervjuer 3 308 intervjuer (som sammanlagt gav 8 925 utvärderingar)
- Kännedomskrav: De som angett att de inte känner till lärosätet alls eller bara till namnet, har inte fått några följdfrågor om anseende.

Attribut som analyseras i den fördjupade rapporten

Attributen analyseras för respektive lärosäte

- Ger ett sympatiskt intryck
- Är en organisation som jag beundrar och respekterar
- Är en organisation som håller vad den lovar
- Framstår som trovärdiga i media
- Framstår som trovärdiga i media
- Särskiljer sig från andra universitet/högskolor
- Bidrar positivt till samhället
- Spelar en viktig roll i samhällsutvecklingen
- Upprätthåller etik och moral
- Arbetar för en god miljö
- Erbjuder utbildning som studenterna verkligen har användning av
- Erbjuder utbildning som ger bra möjligheter till arbete efteråt
- Satsar på förnyelse och utveckling för att tillgodose studenternas bästa
- Har en framgångsrik forskning
- Får fram forskning som ger samhällsnytta
- Har en skicklig ledning
- Har forskare som syns
- Tänker och handlar långsiktigt
- Tar vara på de möjligheter och behov som finns att utveckla och driva studenternas intressen
- Är nyskapande och framtidsinriktade
- Det är känt och tydligt vad de håller på med
- Har en synlig och känd ledning
- Är bra på att berätta om sin verksamhet
- Framstår som en bra arbetsplats
- Har duktiga medarbetare
- Har en stark position inom olika utbildningsområden
- Hävdar sig i konkurrensen med andra universitet/högskolor
- Ligger i en attraktiv ort/region
- Har en bra bostadssituation på orten
- Går att få arbete senare i den ort eller region som universitet/högskola ligger
- Är ett framgångsrikt universitet/högskola
- Erbjuder stimulerande miljö vid sidan om studierna
- Lockar de bästa lärarna och forskarna
- Samverkar och samarbetar med andra aktörer i samhället
- Håller hög klass vid en internationell jämförelse
- Har bra samarbete mellan olika fakulteter
- Erbjuder utbildning som ökar möjligheten att jobba utomlands
- Har bra samarbete/koppling mellan grundutbildningar och forskning

Kontaktpersoner Kantar Sifo

Toivo Sjörén, opinionschef,

toivo.sjoren@sifo.se

0701-84 23 50

Jonathan Wennö, affärsområdeschef,

jonathan.wenno@tns-sifo.se

0709 – 83 95 74