

Anseendeindex lärosäten 2015



TNS Sifo

© TNS

Bakgrund och metod

Medborgarnas förtroende för svenska lärosäten är över tid viktigt för lärosätenas attraktivitet och trovärdighet. Det blir lättare att rekrytera personal och studenter men inte minst är anseendet en bra försäkringspremie vid händelse av en kris.

TNS Sifo har på nytt genomfört "Anseendeindex för svenska lärosäten". Undersökningen förklarar varför olika lärosäten har olika högt anseende i medborgarnas ögon. 21 lärosäten ingår i undersökningen och resultatet presenteras offentligt i form av ett anseendeindex.

För den som är intresserad presenteras undersökningen fördjupande med unika analyser och samtal. I dessa presentationer fördjupas bland annat vilka attribut som är viktiga i respektive lärosätets bild hos allmänheten. Vilka är lärosätets styrkor och svagheter? Vad behöver lärosätet förbättra för att stärka sitt anseende?

Genomförande

- Målgrupp: allmänheten 18-75 år
- Urvalsram: TNS Sifos Onlinepanel
- Datainsamlingsmetod: webbaserad enkät
- Fältperiod: 16-24 juni 2015
- Antal intervjuer totalt: 2 953 intervjuer (som sammanlagt gav 9 245 utvärderingar)

Kontakt

Jonathan Wennö, TNS Sifo

jonathan.wenno@tns-sifo.se, 08-507 421 74

Resultat

De svenska lärosätenas anseende är mycket stabila över tid, det ser vi efter att nu genomfört undersökningen *Anseendeindex lärosäten* för fjärde året. Vi vet genom många studier att anseendet är något som kräver långa processer för att tydligt förändra. Dessutom vittnar de stabila resultaten om en trovärdig undersökningsmetod, vilket gläder oss.

De svenska lärosätenas anseende ligger jämfört med andra branscher och områden på en hög nivå. Skillnaderna mellan olika lärosäten är dock relativt stor. I topp återfinns Chalmers, KTH och Lunds universitet, som i år övertar tredjeplatsen från Karolinska institutet.

Gemensamt för lärosätena i topp är bland annat att de hävdar sig väl i jämförelse med andra, att de bedöms ha en forskning som håller hög kvalitet och att de håller internationell klass.

Grunden för ett gott anseende är en väl fungerande verksamhet. Det kommer alltid först. Men det krävs också en **god förmåga att kommunicera verksamhetens framgångar och fördelar**. Det finns ingen naturlag som säger att allmänheten och andra intressenter känner till allt bra som görs vid landets lärosäten.

Dessutom är det naturligtvis bra att undvika negativa händelser, vilket är lättare sagt än gjort. Men om och när de uppkommer behöver de hanteras på ett så bra sätt som möjligt. Med ett gott anseende i ryggen blir det arbetet lättare. Anseendet fungerar som en försäkringspremie. Fallet går snabbare och blir svårare att återhämta ju lägre anseendet är från början.

När vi studerar förändringar och mönster på övergripande lärosätetsnivå över de fyra åren ser vi egentligen bara tre förändringar som är av tydligare karaktär.

Det första är att **Lunds universitets anseende blir allt starkare** från en redan stark position. Har de massiva investeringarna i ESS och Max IV påverkat bilden av Lund?

Det andra är att **anseendet för de mindre, regionala högskolorna Mälardalens högskola och Södertörns högskola blir allt svagare**, om än i långsam takt. Ser vi en relativ försämring av anseendet för dessa högskolor i ljuset av mer specialiserade skolor och "elit-universitet" som springer ifrån?

Det tredje är att **Örebro universitet stadigt ökar sitt anseende**. Är det läkarutbildningen som har lyft anseendet för universitetet?

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.

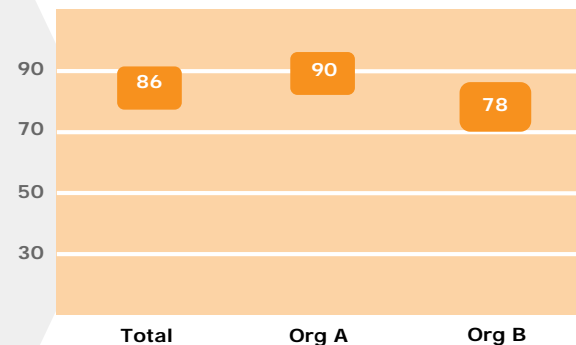
För TNS Sifo

Jonathan Wennö
0709 – 83 95 74

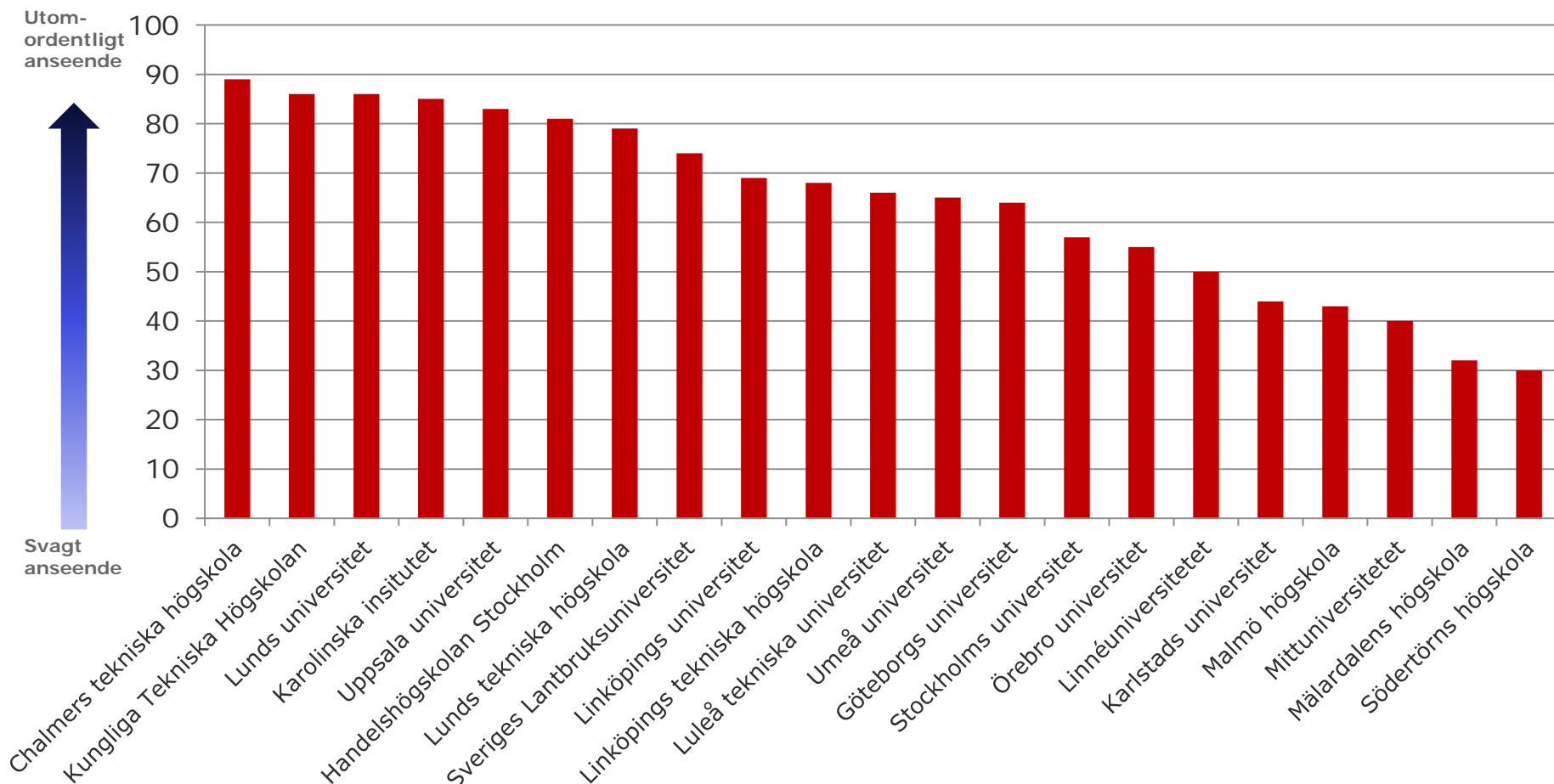
TNS Sifos anseendeindex – modellen



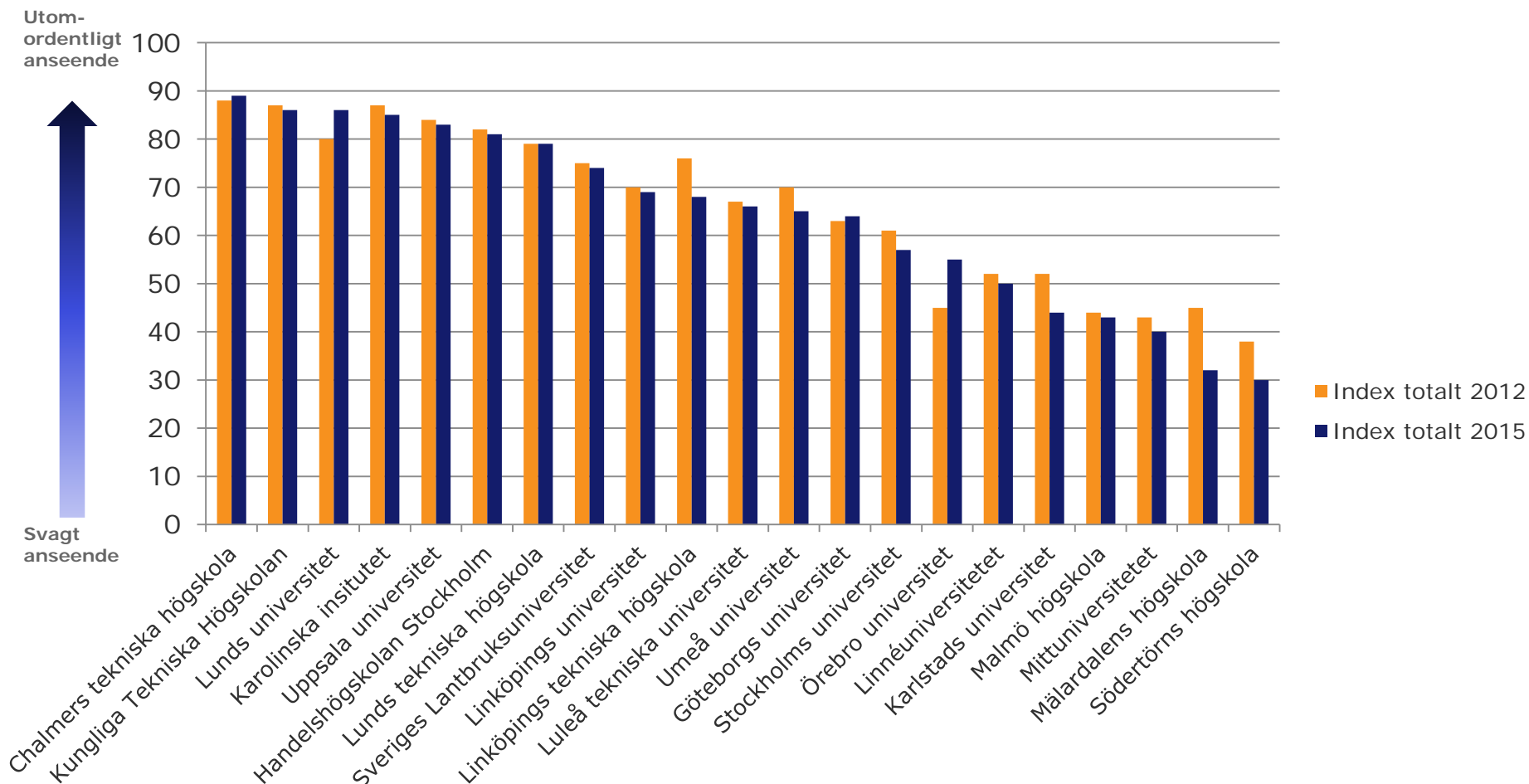
Anseendeindex



Anseendeindex för svenska lärosäten 2015



Anseendeindex för svenska lärosäten 2012 vs 2015



Anseendeindex för svenska lärosäten 2012-2015

