

A young woman with blonde hair in a ponytail, wearing a red turtleneck sweater and a plaid skirt, is standing in a library aisle. She is reaching up with her right hand to touch a book on a high shelf. The shelves are filled with books, and the lighting is bright, creating a sense of depth and focus on the woman's action.

KANTAR | Sifo

**Kantar Sifos anseendeindex för
svenska lärosäten 2019**

Anseendeindex svenska lärosäten 2019 – slutsatser och kommentarer

Chalmers i anseendetopp

För åttonde året i följd presenterar Kantar Sifo sitt anseendeindex för svenska lärosäten. Även i år ligger de i allmänhetens ögon forskningstunga, tekniska lärosätena och våra äldsta universitet stabilt i toppen. Chalmers har högst anseende följt av Lunds universitet, som ökar, och Kungliga Tekniska högskolan. I botten av rankingen ligger de regionala högskolorna. Eventuella jämförelser gör sig bäst mellan lärosäten med likartade förutsättningar.

Karolinska Institutet vänder upp

Från ett av landets högsta anseenden, med en toppnotering 2014 på 88 i anseendeindex, sjönk Karolinska Institutet efter Macchiarini-skandalen. I fjol landade KI på samma låga nivå som de minst kända lärosätena. Nu ser vi en signifikant återhämtning. Årets anseendeindex är 45. Det är dock inte omöjligt att den kritik som bygget av Nya Karolinska och Karolinska Universitetssjukhuset mött kladdar på anseendet för namnsystem Karolinska Institutet.

Den viktiga allmänheten och handlingsfriheten

De som har svarat på undersökningen känner till respektive lärosäte mer än bara till namnet men de har oftast inte den fördjupade kännedom som studenter, forskare eller anställda har.

Men, ett högt anseende bland allmänheten är ändå viktigt. Det bereder vägen till flera av de grupper lärosätena vill nå: blivande studenter och medarbetare, beslutsfattare med budget och politisk makt. Allmänhetens upplevelse påverkar därmed lärosätenas handlingsfrihet. Den är också frukten av lärosätenas tredje uppgift; att sprida kunskap och samverka med samhället.

Verksamheten kommer först

Grunden för ett gott anseende är 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.

Kännedomen behöver öka

Det finns ett starkt samband mellan kännedom och anseende för lärosätena. Lärosäten med hög kännedom har som regel också högre anseende. Det finns all anledning för lärosätena att fundera över att stärka kännedomen eller fördjupa kunskapen om lärosätet bland fler.

Förutom detta visar analysen att de faktorer som generellt sett starkast samvarierar med anseendet är att lärosätena behöver upplevas vara framgångsrika, hålla hög klass vid en internationell jämförelse och vara konkurrenskraftiga.

Men skillnaden är stor mellan olika lärosätens förutsättningar och villkor. Det går inte att jämföra lärosätena rakt av. Det vore att jämföra äpplen och päron. Olika faktorer kan driva olika lärosätens anseende. Lärosäten har unika fördelar att lyfta fram och olika svagheter att bearbeta. Det lärosäte som så önskar har möjlighet till fördjupade och specifika analyser.

Anseendeindex svenska lärosäten 2019 – slutsatser och kommentarer

Mediebildens och närstående utgör största kontaktytan

I genomsnitt nås knappt fyra av tio av mediebildens och drygt fyra av tio hänvisar till vad nära och kära berättar om lärosätena. För de lärosäten där mediebildens utgör en stor kunskapskälla finns en klar risk att anseendet drabbas hårt 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.

Högskolan i Jönköping ny i undersökningen

Högskolan i Jönköping är för första gången med i undersökningen. Högskolan har ett högre anseende än andra regionala högskolor och dessutom högre anseende än några av de unga universiteterna. Eftersom dess kännedom är lägre än alla andra lärosäten, måste anseendet utifrån förutsättningarna bedömas vara starkt.

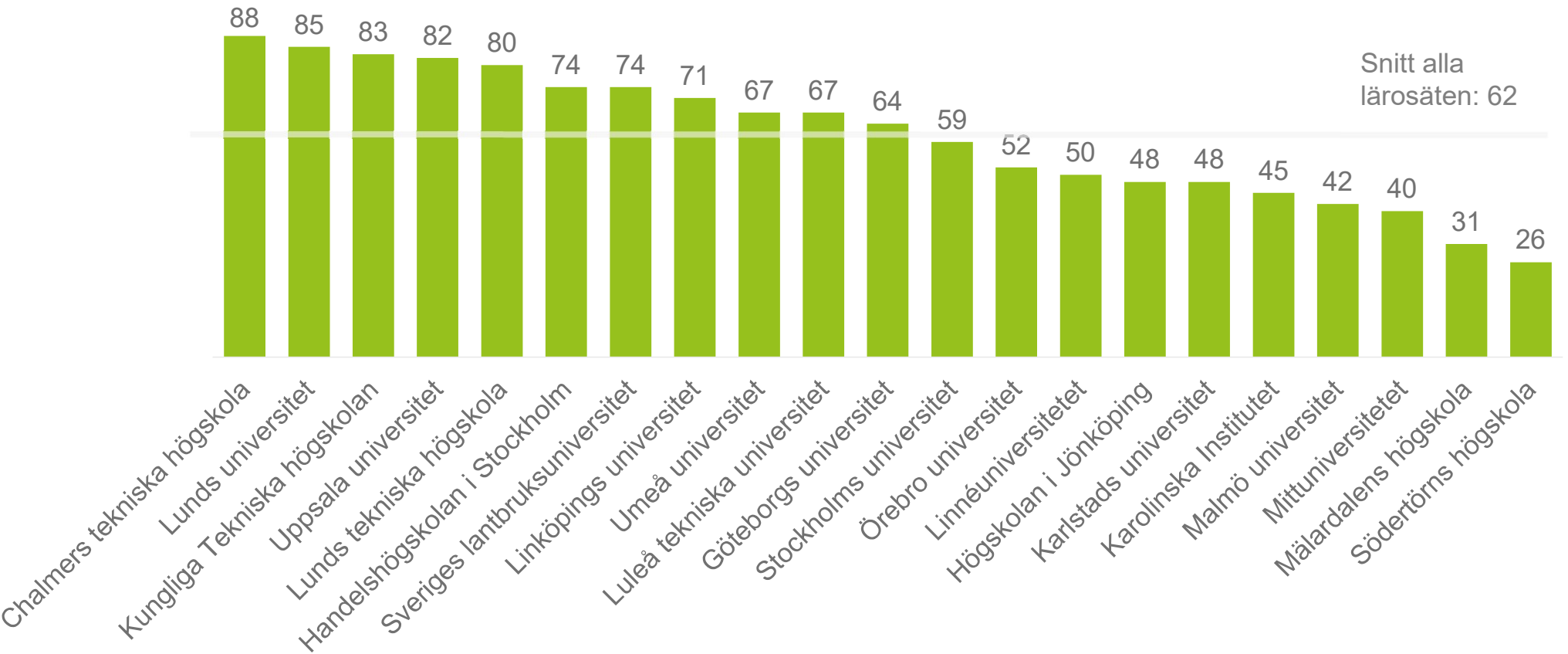
Artificiell intelligens testas för första gången

Två nya attribut testas i år i den fördjupade analysen. Dels undersöker vi hur viktigt det är för lärosätena att arbeta för ett socialt och ekonomiskt hållbart samhälle, dels analyseras hur viktigt det är att vara framstående på forskning inom artificiell intelligens, AI. Alla attribut framgår i listningen på sidan 13.

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, 23 augusti 2019

Årets ranking: Kantar Sifos anseendeindex för svenska lärosäten 2019





Ett anseendeindex över 75 är ett högt anseende för lärosäten. 2019 stämmer det på följande:

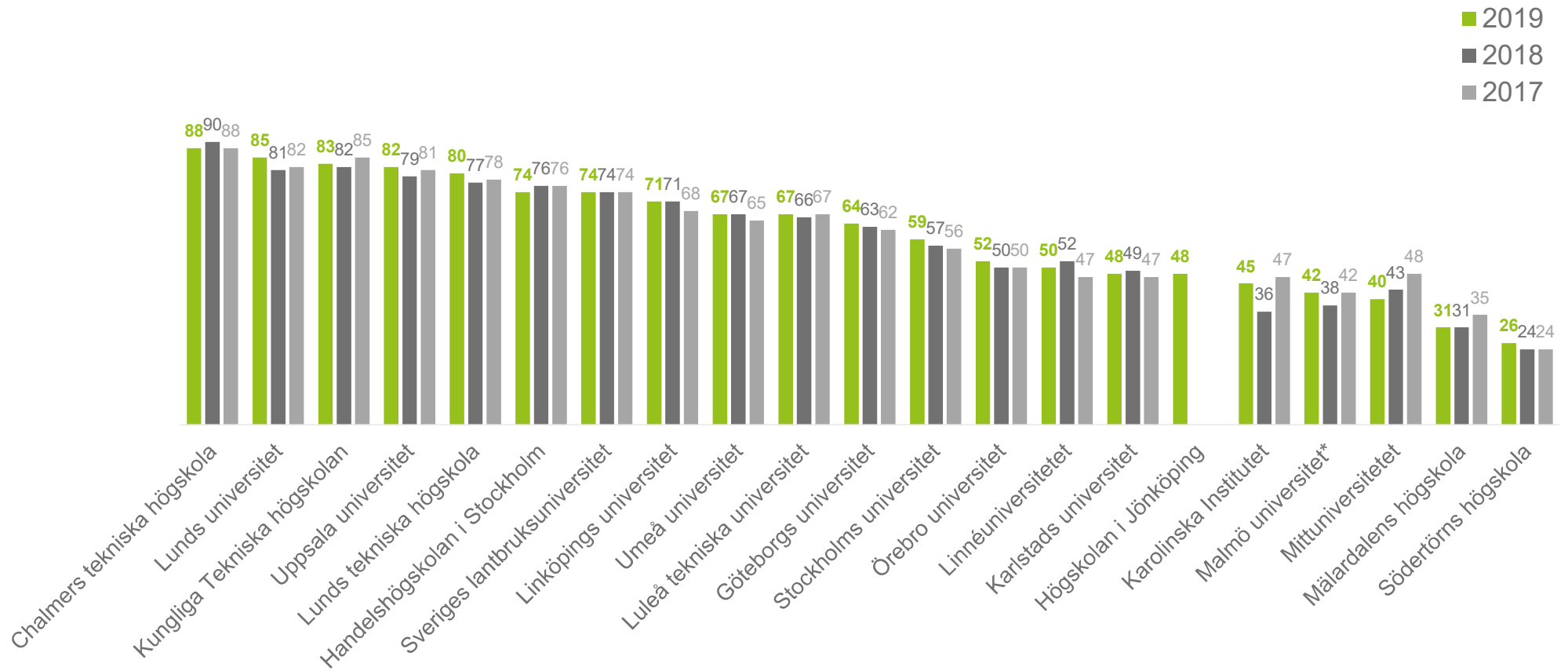
- Chalmers tekniska högskola
- Lunds universitet
- Kungliga Tekniska högskolan
- Uppsala universitet
- Lunds tekniska högskola

Anseende mäter både känslomässig samhörighet och kompetens

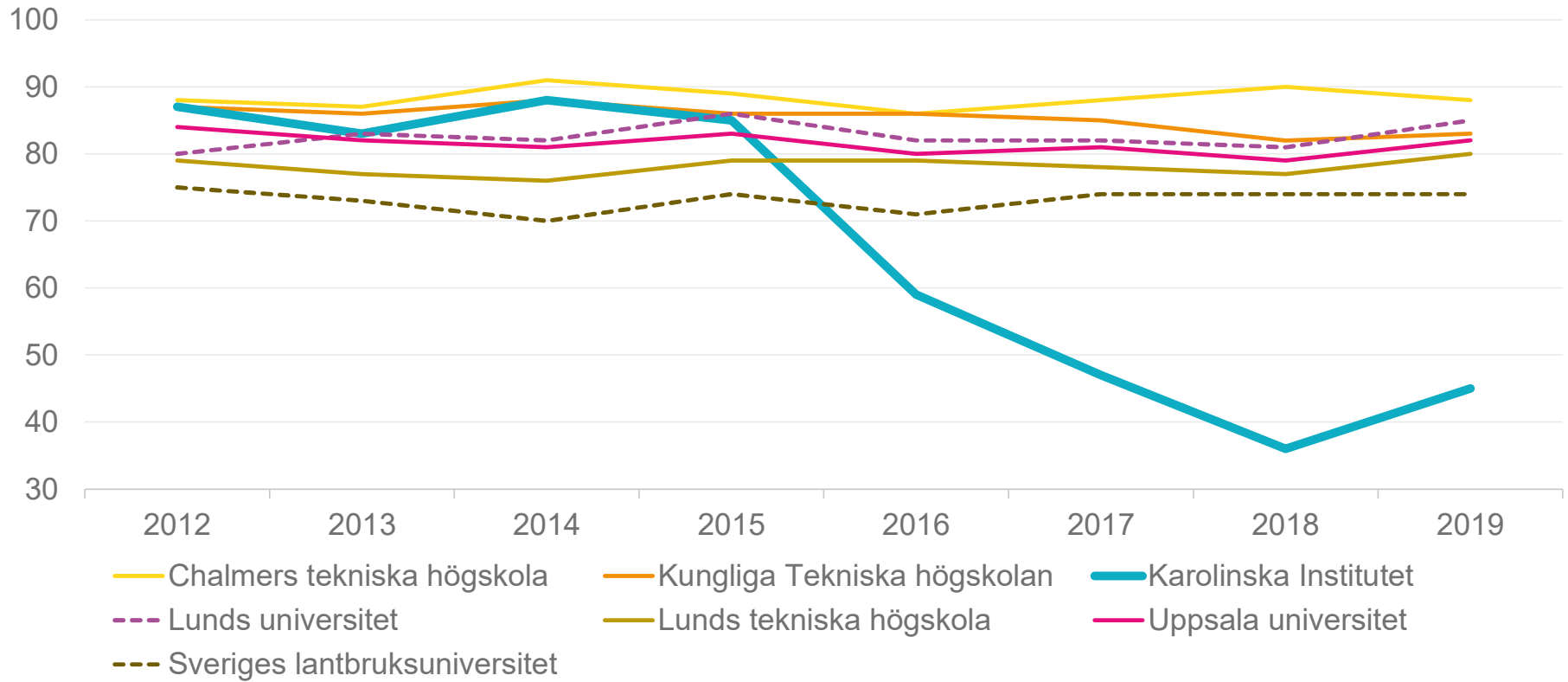
Fem frågor mäter tre områden och bygger ett robust index



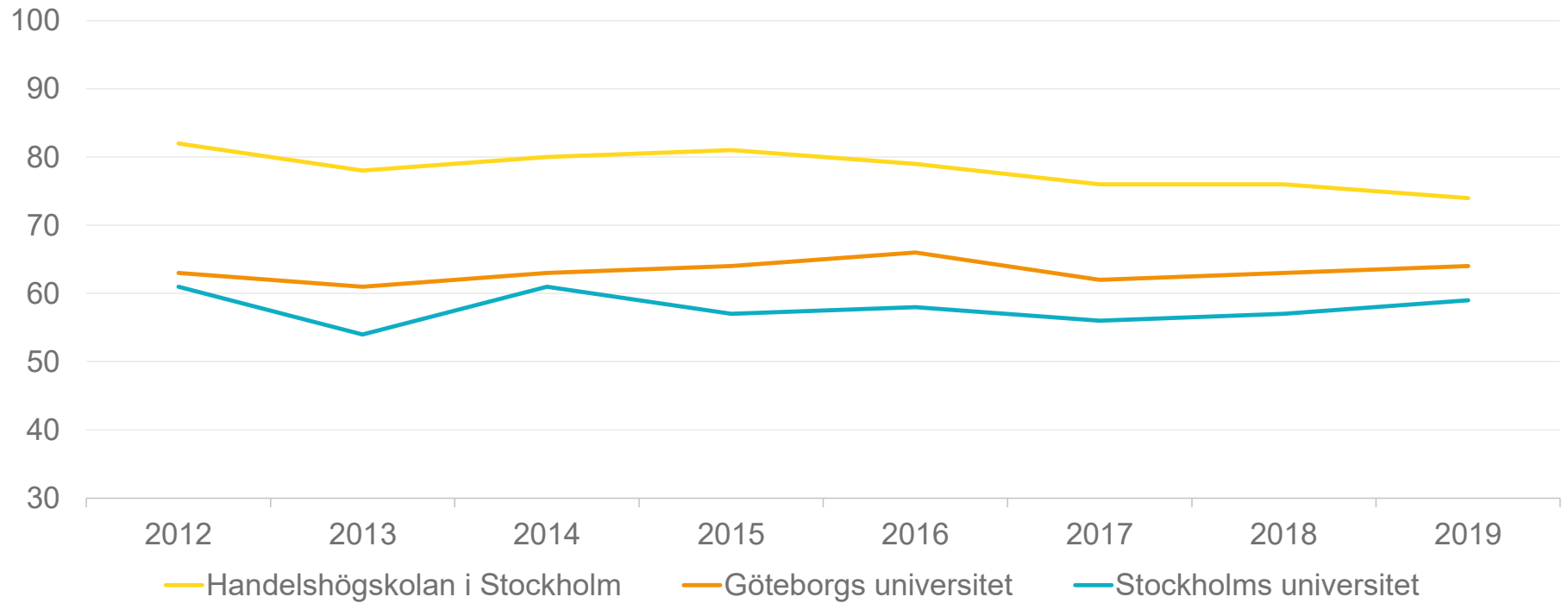
Anseendeindex under tre år – mycket stabila värden



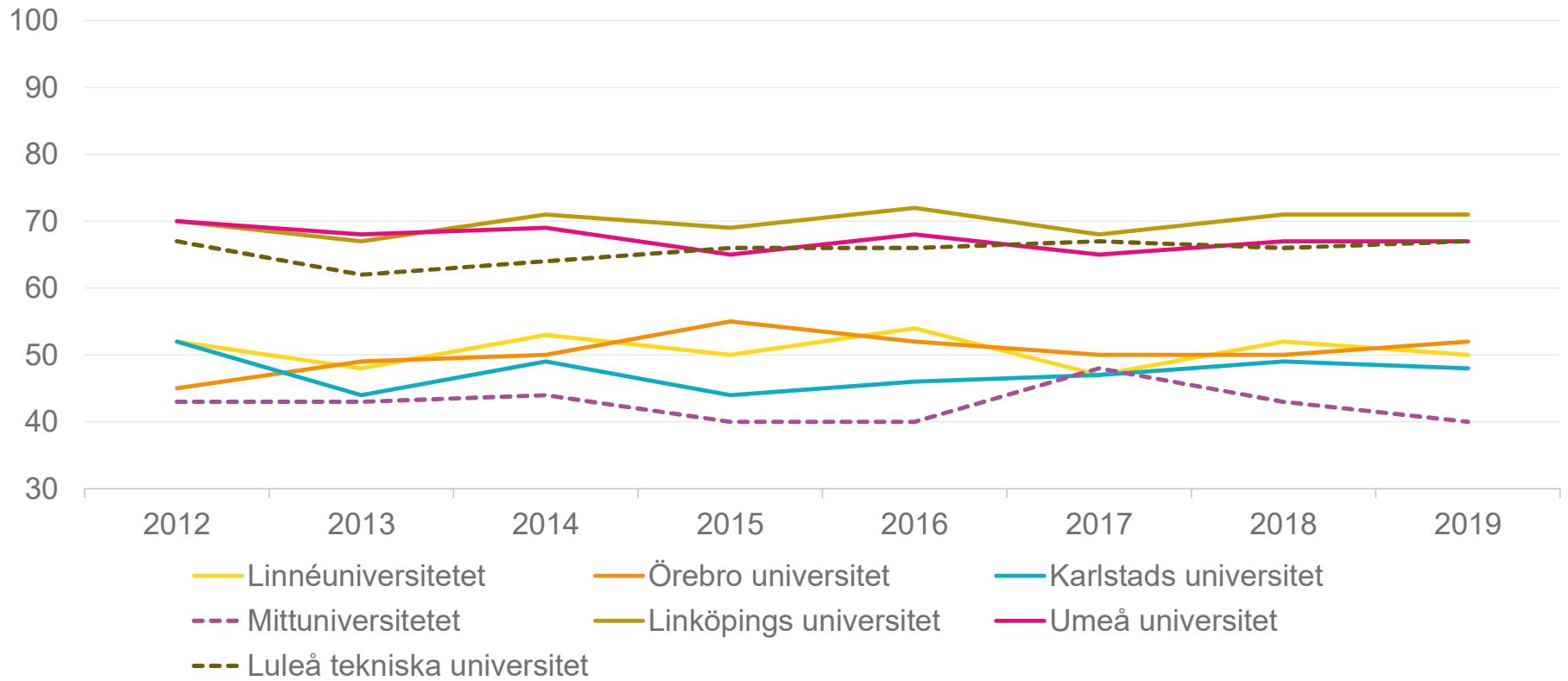
Anseendeindex lärosäten 2012 – 2019, KI vänder upp



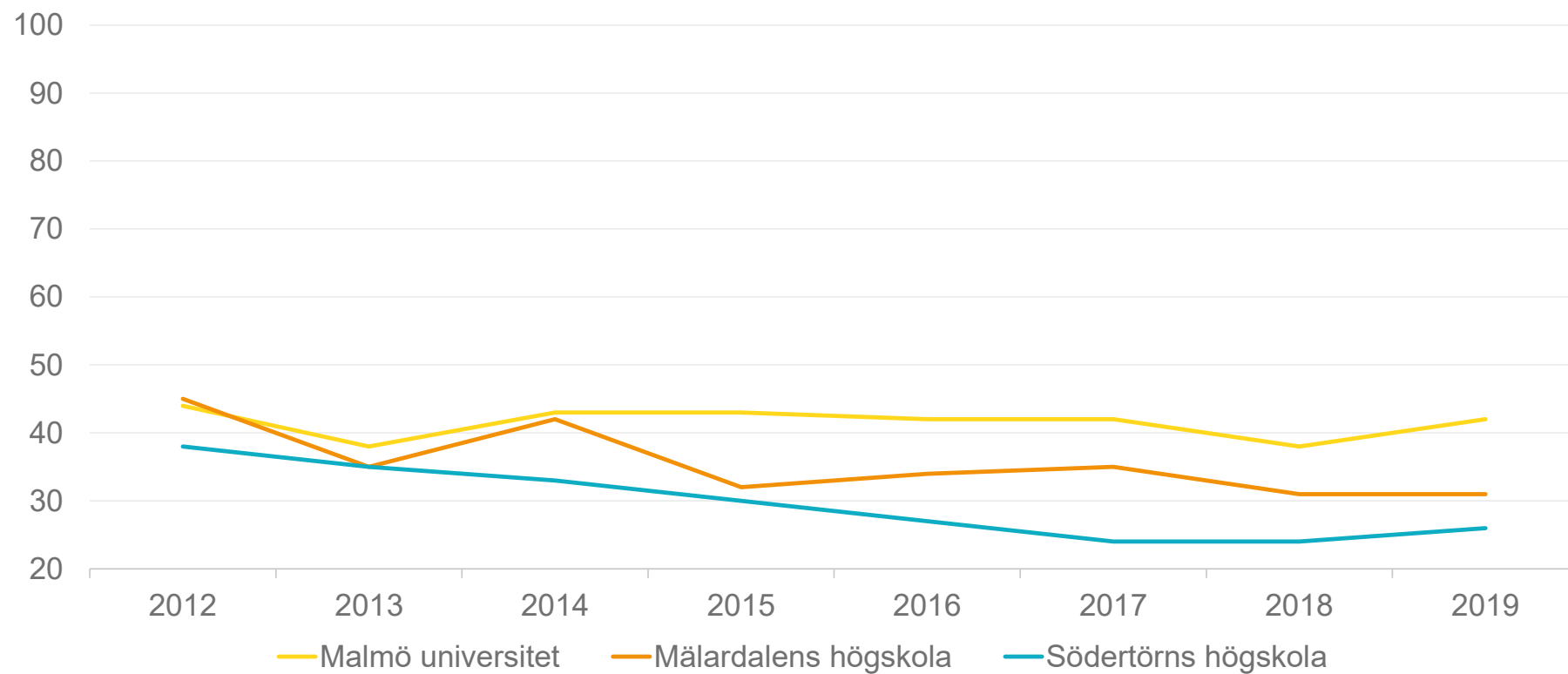
Anseendeindex 2012 – 2019



Anseendeindex 2012 – 2019



Anseendeindex 2012 – 2019



Attribut som analyseras i den fördjupade rapporten

Drivkraften i respektive attribut kan skilja stort mellan olika lärosäten

- 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
- 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
- Är framstående på forskning om artificiell intelligens, AI.
- Arbetar för ett socialt och ekonomiskt hållbart samhälle

Metod, urval och kontakt

Anseendeindex svenska lärosäten 2019

Metod och urval

- Målgrupp: Allmänheten, 18-74 år
- Urvalsram: Allmänheten via [Kantar Sifos Onlinepanel](#) – en slumpmässigt rekryterad panel
- Datainsamlingsmetod: webbaserad enkät
- Fältperiod: 2019-07-11 till 2019-07-29
- Antal intervjuer 4 443 intervjuer (som sammanlagt gav 12 022 utvärderingar)
- Kännedomskrav: De som angett att de inte känner till lärosätet alls eller bara till namnet, har inte fått några följdfrågor om anseende.

Kontakta oss gärna om du vill veta mer

Jonathan Wennö, affärsområdeschef,
jonathan.wenno@kantar.com, 0709-83 95 74