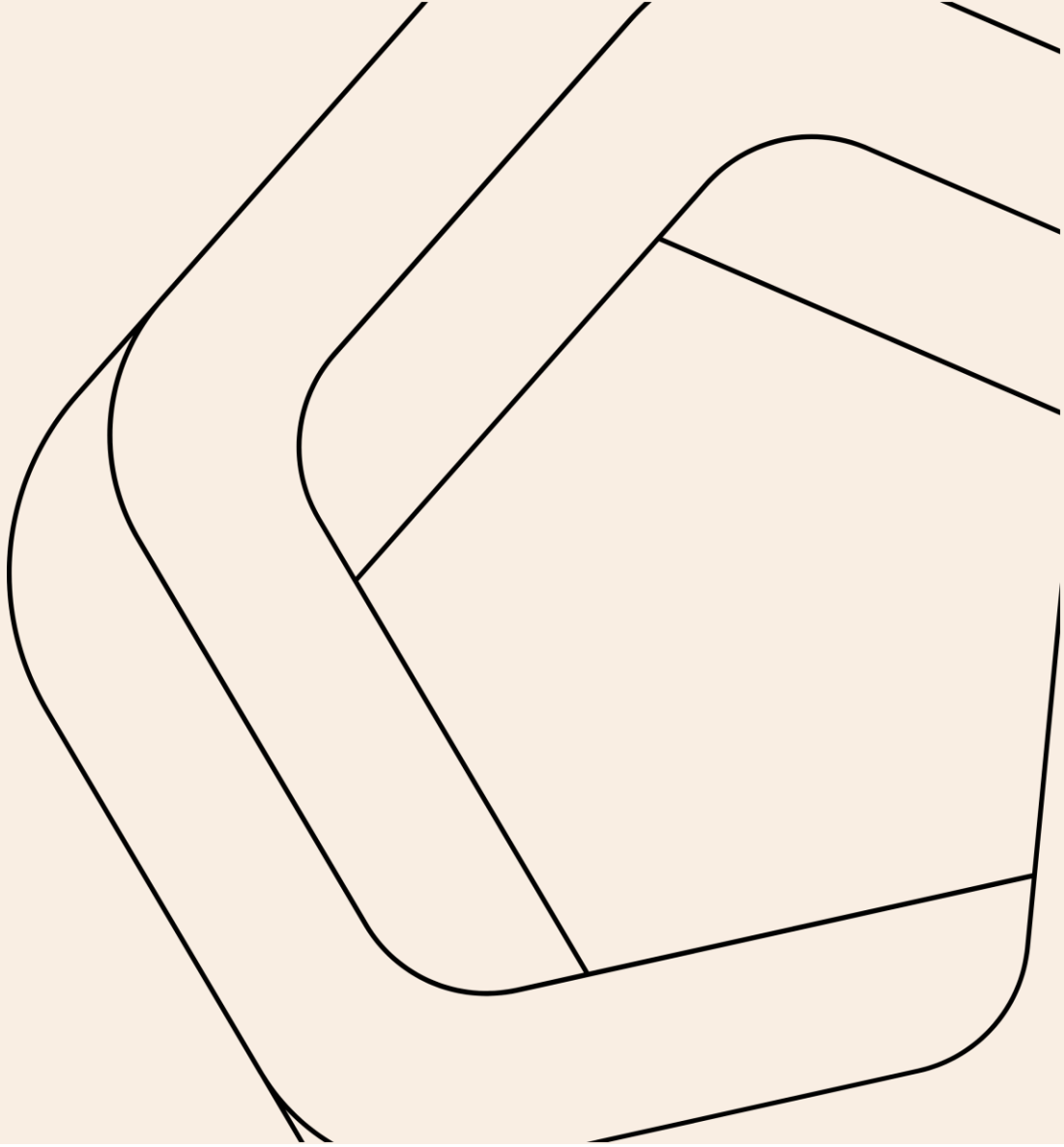
Chalmers anseende 2025

Per Söderpalm

2025-10-27



verian

Innehåll

1. Om undersökningen
2. Chalmers – de övergripande resultaten
3. Kännedomen om Chalmers
4. Kontaktytor och upplevd mediebild
5. Chalmers anseende 2025
6. Attribut som påverkar anseendet – Chalmers position
7. Styrkor, utmaningar och möjligheter

Om undersökningen

Om undersökningen

Metod, urval och mätperiod

638

Intervjuer för Chalmers

1 661

Totalt antal intervjuer

18-79

Ålder på dem som svarat

Anseendeindex Lärosäten 2025
baseras på svar från ett slumpmässigt urval personer, 18-79 år, i Sifos riks-representativa onlinepanel. Svaren samlades in mellan den 1 – 22 september 2025

Det är bara den som angett kännedomsnivå 3-5 (på skala 1-5) för de utvärderade lärosätena, som har kunnat besvara övriga frågor.

15 års perspektiv
Sedan 2010 har vi mätt anseende för företag, lärosäten, myndigheter och organisationer.

Läs mer om anseende på vår sajt där du också hittar alla rapporter för lärosäten från 2016 och framåt.

Chalmers – de övergripande resultaten

Chalmers anseendeindex 2025 – de övergripande resultaten

Övergripande resultat: Chalmers

1.

Chalmers **toppar** Verians anseendeindex **även i år**. Chalmers får ett index på 85, en nedgång med fyra punkter jämfört med 2024.

Nedgången är inte signifikant och följer dessutom ett **mönster som vi ser för flera av de andra lärosätena i toppen.**

2.

Kännedomen om Chalmers ökar jämfört med 2024. Ökningen är tydlig i de tre högsta kännedomsnivåerna.

Kännedomen ökar också i alla grupper. Allra högst kännedom har Chalmers i **storstäderna.**

3.

Vänner och kollegor är fortsatt Chalmers största kontaktyta med allmänheten. Drygt 50% anger denna kanal.

Nyhetsmedia ligger på en klar andraplats med en nivå på närmare 40%.

4.

Allmänhetens syn på Chalmers **mediebild stärks ytterligare 2025**. Över 90% uppger att bilden är positiv medan bara 1% anger att den är negativ.

Chalmers mediebild är en **starkt bidragande orsak** till att lärosätet har det högsta anseendeindexet också i år.

5.

Chalmers får **genomgående höga betyg** på de fem frågor som bygger anseendeindex.

Jämfört med andra lärosäten har Chalmers särskilt höga betyg på **framgång** och **kompetens**. Betyget på **personligt intryck** ligger relativt sett något lägre.

6.

Av de faktorer som påverkar Chalmers anseende i positiv riktning märks **framgång, studienytta, forskning** och **trovärdighet i media.**

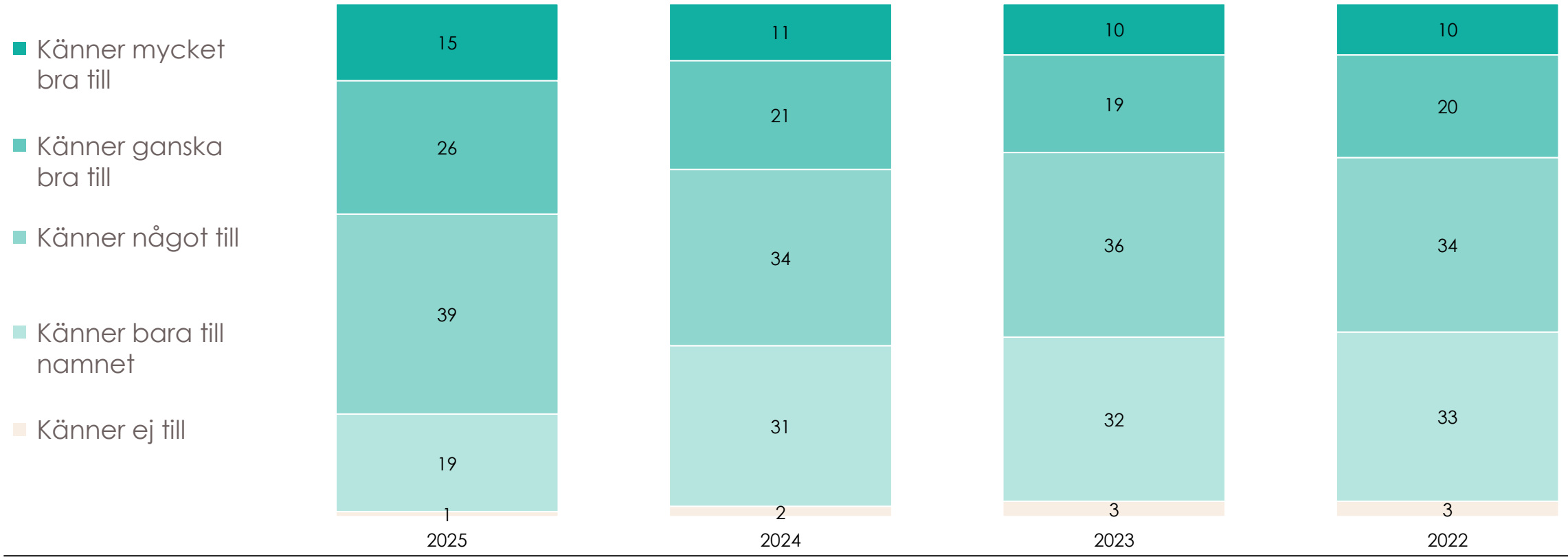
Bland ”svagheterna” syns **beundrar** och **håller vad de lovar** men också **skicklig ledning** och **viktig roll i samhällsutvecklingen.**

Kännedomen om Chalmers

Kännedomen om Chalmers ökar tydligt jämfört med 2024

Kännedomsgrad – så väl känner allmänheten till er

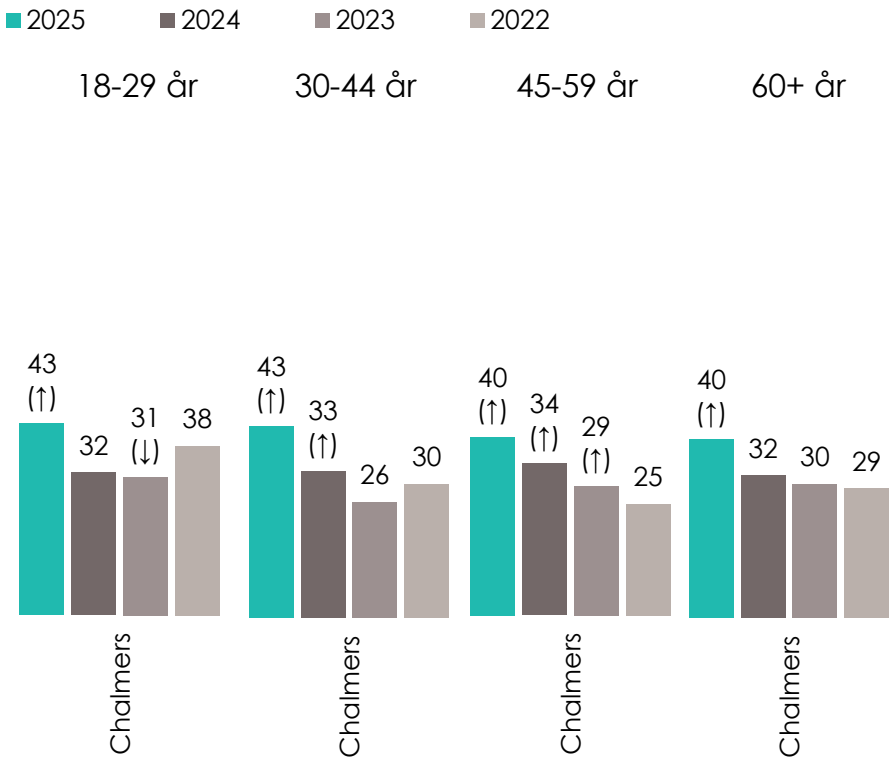
Hur väl känner du till följande organisationer?



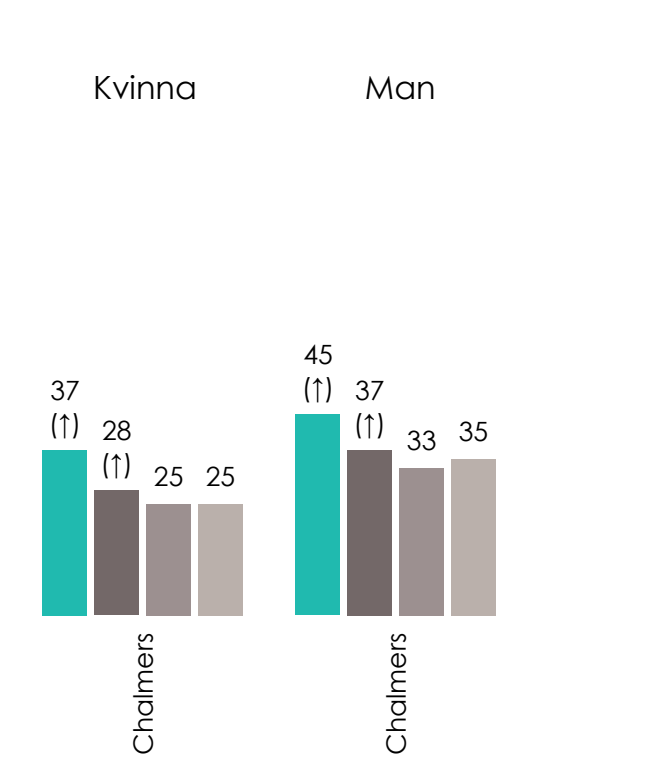
Chalmers kännedom ökar brett – ligger högst i storstäderna

Kännedom ganska/mycket bra per målgrupp

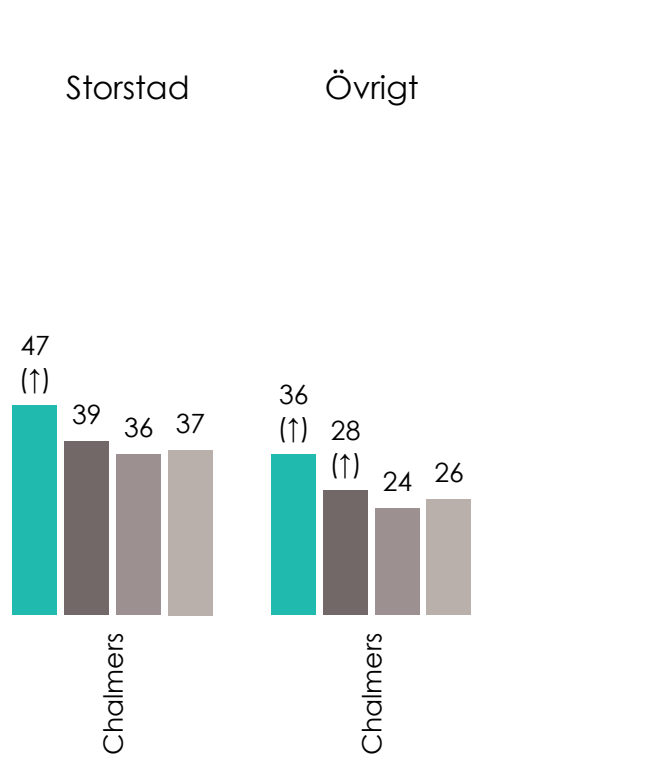
Ålder



Kön



Region

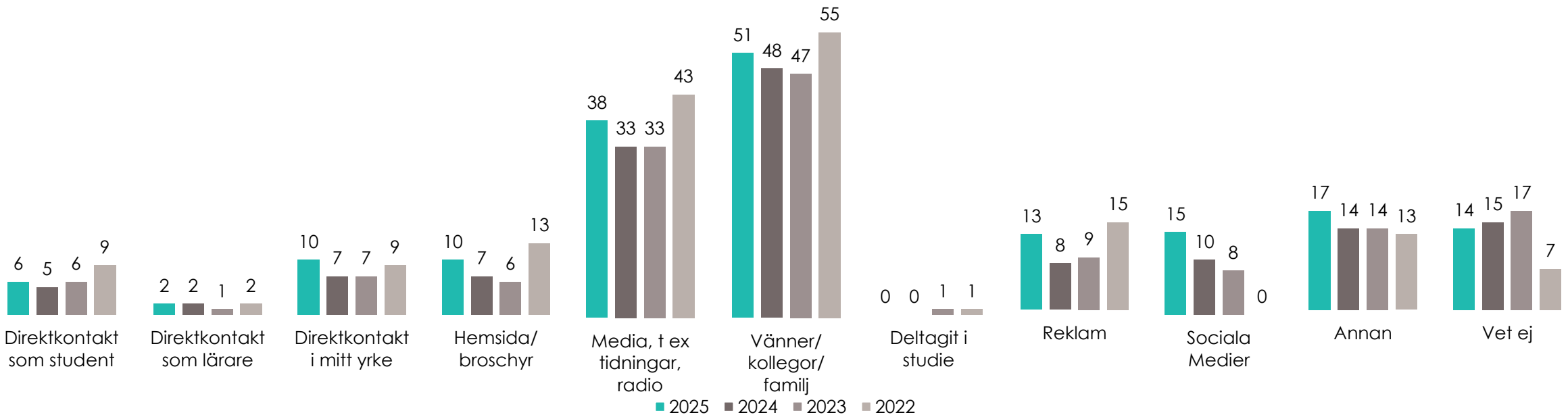


Kontaktytor och upplevd mediebild

Vänner/kollegor och nyhetsmedia de största kontaktkanalerna

Kontaktytorna där allmänheten möter er

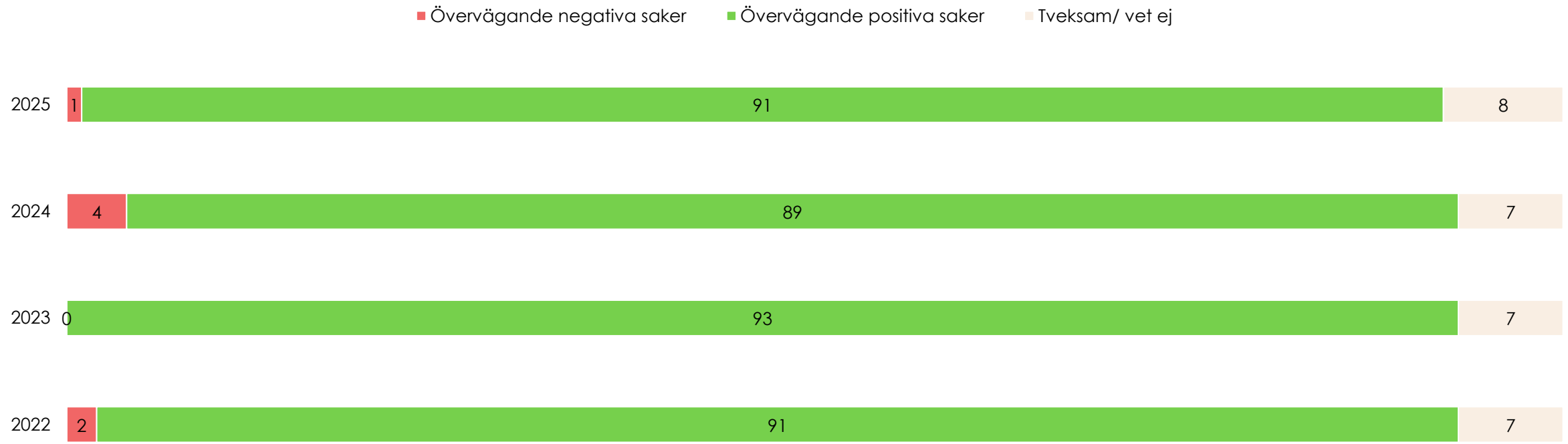
På vilket/vilka av följande sätt har du kommit i kontakt med eller hört talas om Chalmers det senaste året?



Bara 1% av allmänheten uppfattar medietonen som negativ

Upplevd mediebild

Av det du sett, läst eller hört i media om Chalmers, var det övervägande positiva eller negativa saker?



Chalmers anseende 2025

Fem indexfrågor som beskriver ert anseendes styrka

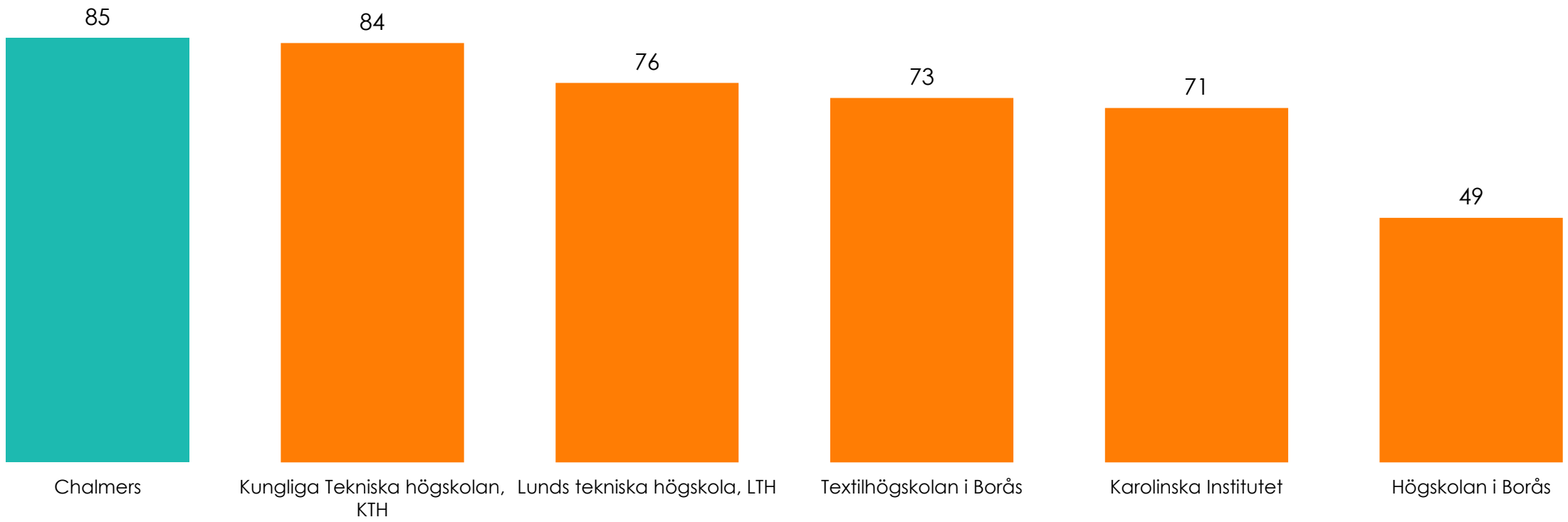
Allmänt rykte	Känslomässig dimension (emotionella faktorer)		Kompetensdimension (rationella faktorer)	
1. Övergripande	2. Personliga intryck	3. Tillit	4. Framgång	5. Kvalitet

Anseendeindex

Chalmers fortsätter toppa anseendeindex – färre lärosäten i år

Anseendeindex lärosäten 2025

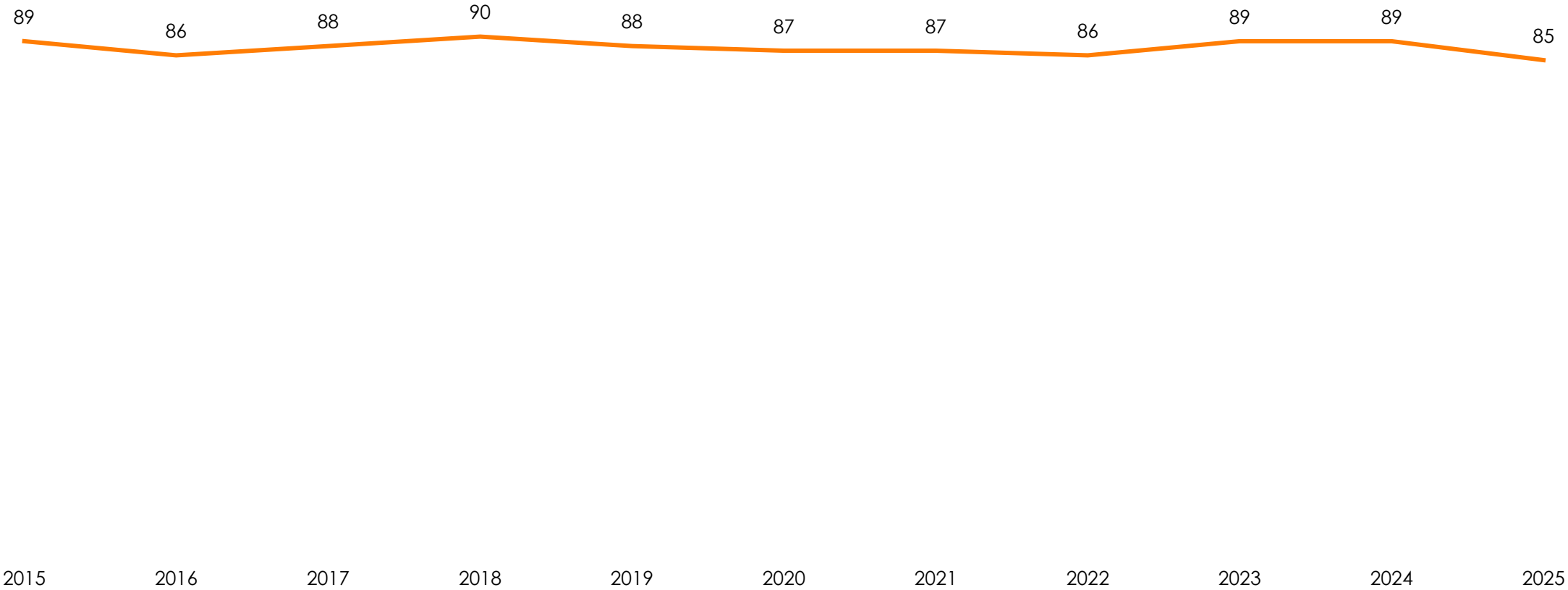
Anseende



Chalmers anseendeindex sjunker något från mycket hög nivå

Anseendeindex, utveckling över tid

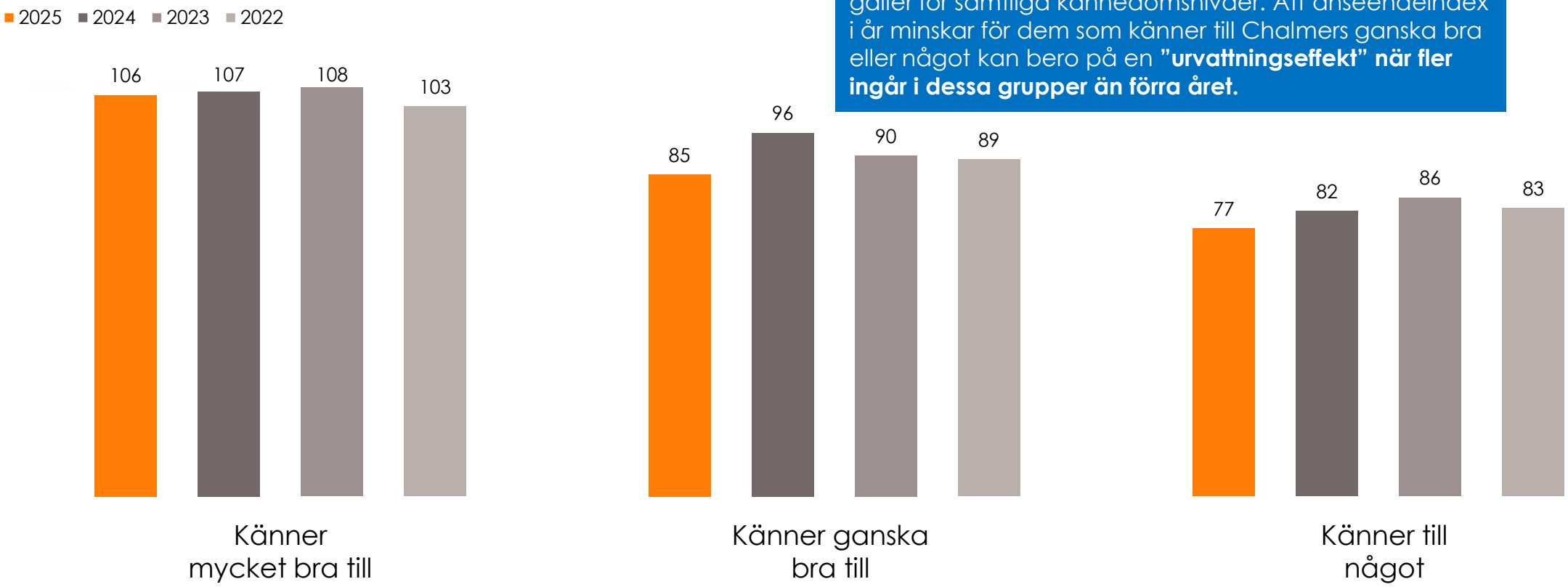
Anseende



Ökad kännedom om Chalmers en orsak till lägre anseendenivå

Anseendeindex relativt kännedomsnivå

Kännedomsnivå



Kännedomen om Chalmers ökar jämfört med 2024. Det gäller för samtliga kännedomsnivåer. Att anseendeindex i år minskar för dem som känner till Chalmers ganska bra eller något kan bero på en **”urvattningseffekt” när fler ingår i dessa grupper än förra året.**

Flera av de övriga lärosätena tappar också jämfört med 2024

Anseendeindex lärosäten 2025

84 (86)

76 (78)

73 (74)

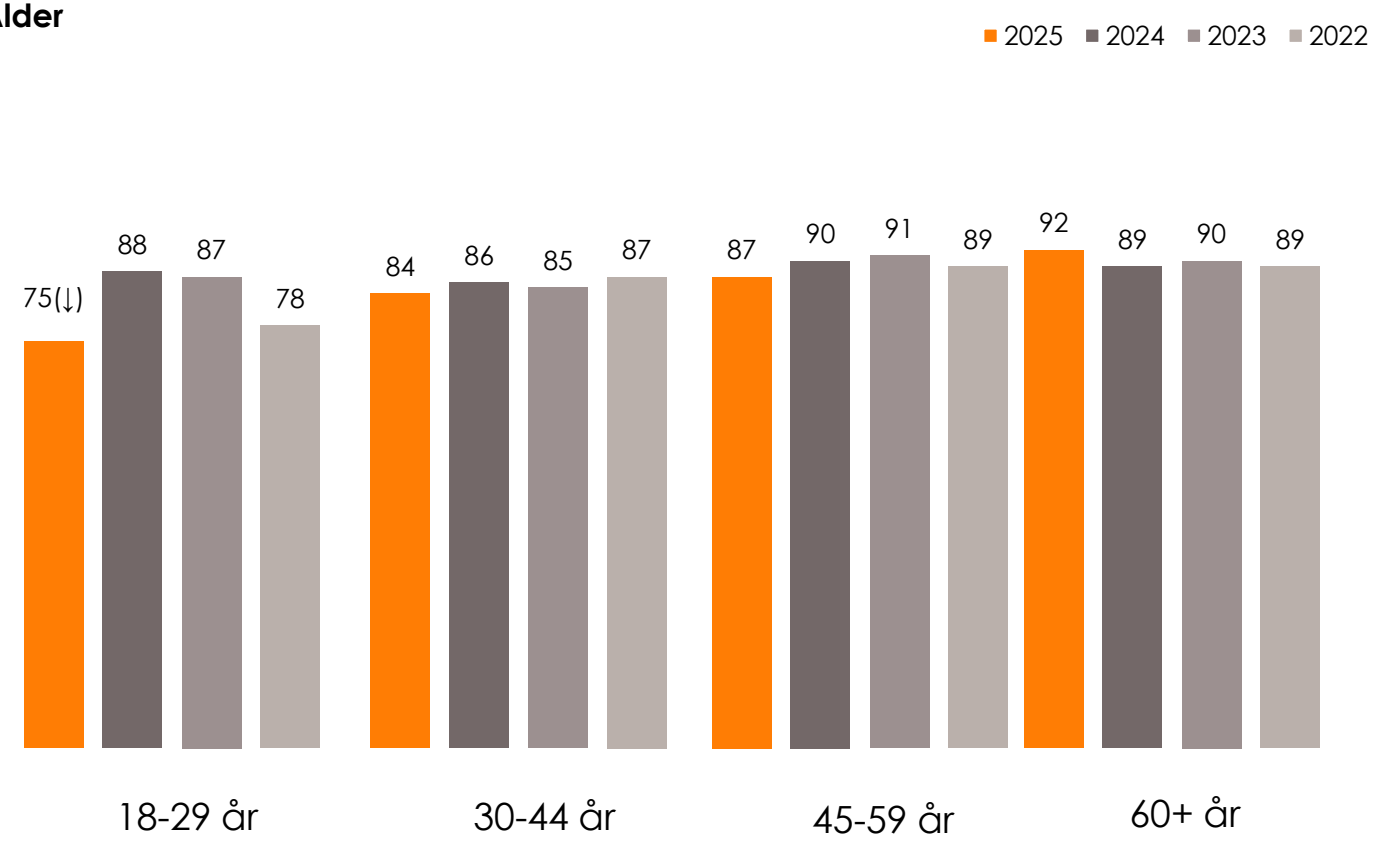
71 (70)

49 (52)

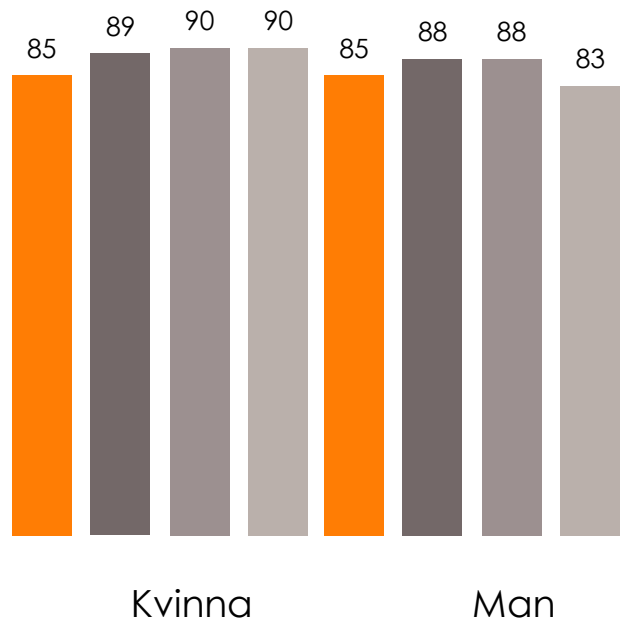
Anseendet sjunker mest bland unga – inga könsskillnader

Anseendeindex per målgrupp

Ålder



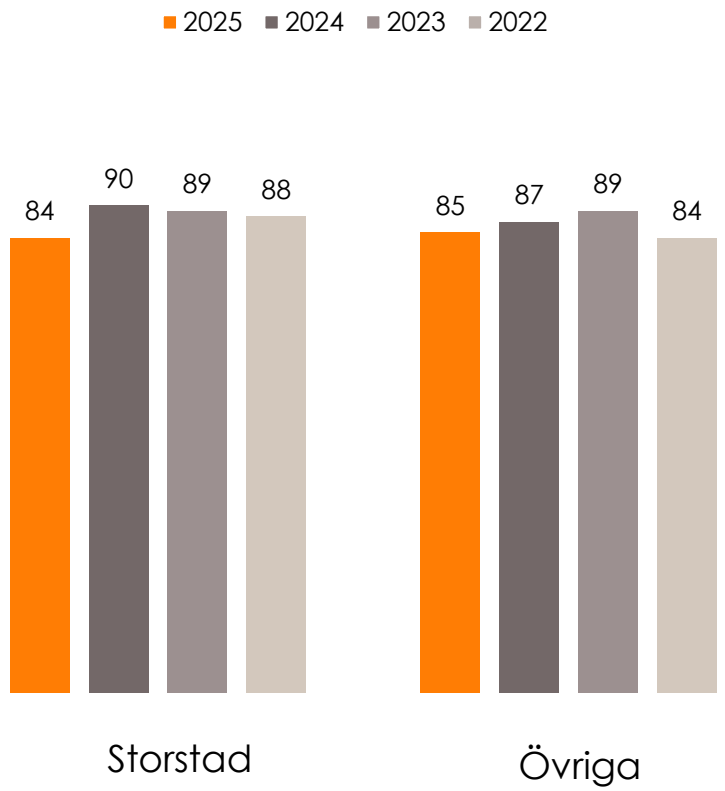
Kön



Små geografiska skillnader i Chalmers anseende

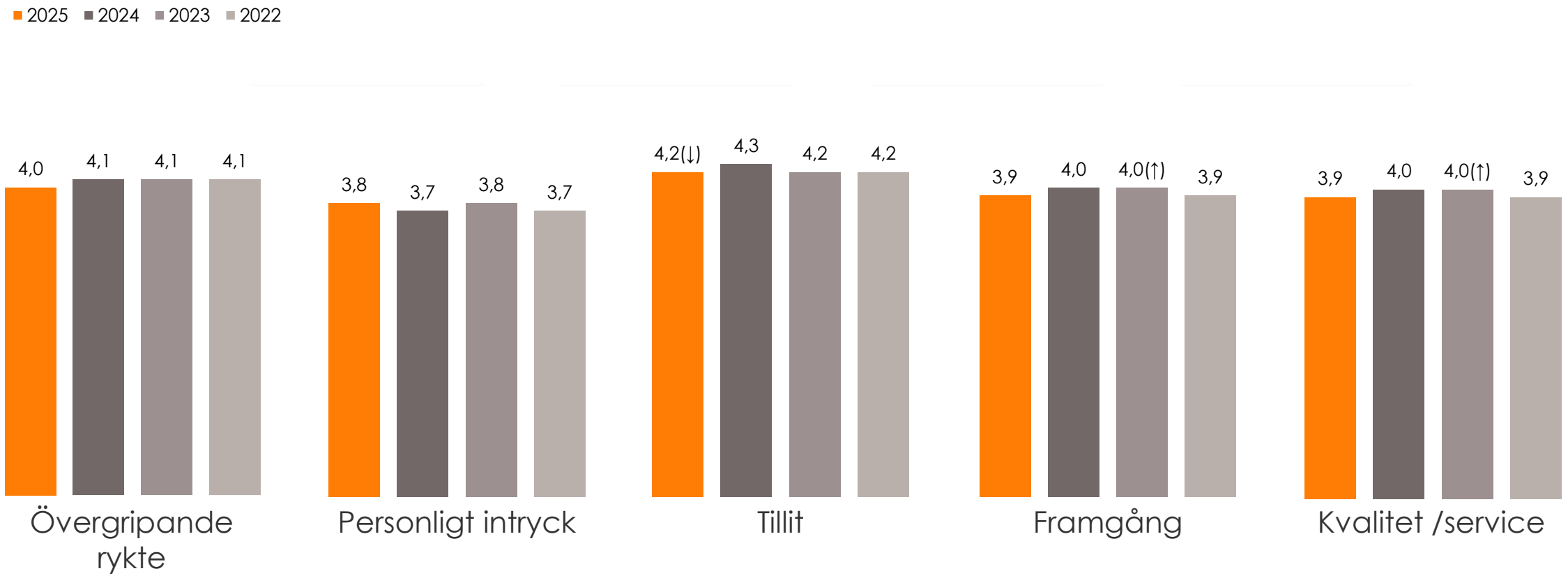
Anseendeindex per målgrupp

Region



Höga betyg på anseendefrågorna – lägst för personligt intryck

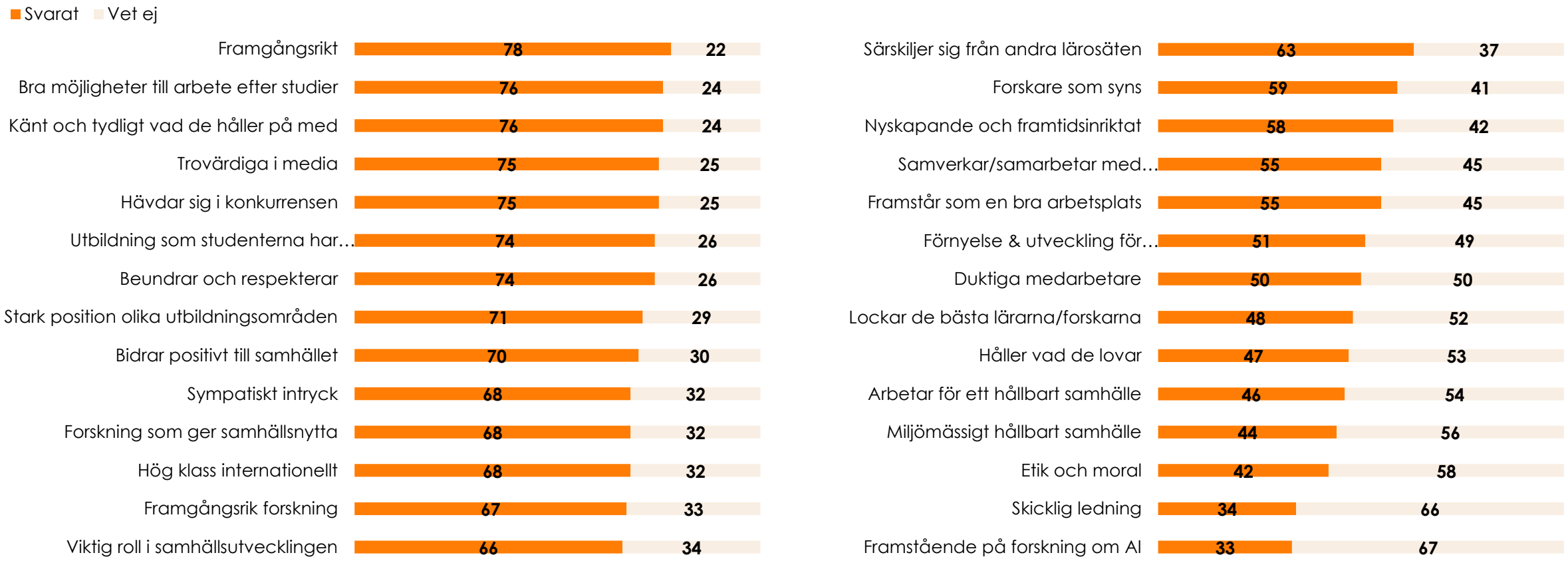
Snittbetyg på de fem indexfrågorna



Faktorer för anseendet – Chalmers position

Hög andel svar på framgång och arbete, få om ledning och AI

Faktorer som allmänheten svarat på, andel i procent



Höga betyg för möjlighet till arbete, framgång och mediearbetet

Faktorer där Chalmers får högst betyg

- Bra möjligheter till arbete efter studier	3,8
- Utbildning som studenter har användning av	3,8
- Framgångsrikt	3,8
- Hävdar sig i konkurrensen	3,8
- Trovärdiga i media	3,7
- Forskning som ger samhällsnytta	3,7
- Framgångsrik forskning	3,7
- Stark position inom utbildning	3,7
- Hög klass internationellt	3,7
- Nyskapande och framtidsinriktade	3,7

Chalmers får **högst betyg** inom följande områden:

1. **Studienytta:** här syns bra möjligheter till arbete efter studier, utbildning som studenter har nytta av och jobbmöjligheter utomlands.
2. **Hög nivå**: här märks framgångsrikt, hävdar sig i konkurrensen och duktiga medarbetare.
3. **Forskning i framkant:** här ingår forskning med samhällsnytta, framgångsrik forskning samt nyskapande och framtidsinriktade.
4. **Trovärdighet i media:** visar att Chalmers är duktiga i sin kommunikation.

Chalmers viktigaste faktorer – styrkor, svagheter, medelbetyg

Samband mellan faktorer och Anseendeindex

Faktorer med starkt samband och höga betyg

- Framgångsrikt
- Utbildning studenter har nytta av
- Hävdar sig i konkurrensen
- Trovärdiga i media
- Forskning som ger samhällsnytta
- Hög klass internationellt

Faktorer med starkt samband och svagare betyg

- Beundrar och respekterar
- Skicklig ledning
- Viktig roll i samhällsutvecklingen
- Håller vad de lovar

Faktorer med starkt samband och medelbetyg

- Bidrar positivt till samhället
- Lockar de bästa forskarna
- Känt och tydligt vad de håller på med
- Duktiga medarbetare

Faktorerna **påverkar** Chalmers anseende. Det är värt att notera att alla **lärosäten har relativa styrkor och svagheter.**

De faktorer som driver Chalmers anseende uppåt kan kategoriseras i fyra grupper: **framgång, nytta för studenter, bra forskning** och **trovärdighet i media.**

De faktorer som driver anseendet nedåt är **beundrar och respekterar, håller vad de lovar, skicklig ledning** samt **roll i samhällsutvecklingen**. Flera av dessa kan räknas som ”mjuka” faktorer.

Bland faktorer som är viktiga men som varken är styrkor eller svagheter märks **duktiga medarbetare, bidrar positivt till samhället** och **lockar de bästa forskarna.**

Styrkor, utmaningar och möjligheter

Styrkor, utmaningar och möjligheter för Chalmers

Verians slutsatser

Styrkor

- Chalmers fortsätter att **toppa anseendeindex** för lärosäten 2025.

- Chalmers får genomgående höga betyg. Särskilt starkt är lärosätet inom faktorer som rör **framgång**, **studienytta**, **forskning** och **trovärdighet i media.**

- Att Chalmers får höga betyg inom så många områden är en styrka och visar att **anseendet står på många ben.**

- Även **mediebilden är stark.** Nio av tio ur allmänheten uppfattar Chalmers medieton som positiv.

- **Kännedomen om Chalmers ökar** jämfört med 2024. Det är i grunden bra även om det på marginalen kan göra att anseendeindex sjunker något.

Utmaningar

- **Chalmers anseendeindex sjunker** något jämfört med 2024. Nedgången är inte signifikant och följer dessutom ett mönster som vi ser för fler lärosäten i undersökningen. Dessutom kan det finnas en kännedomseffekt i resultatet.

- Även om intervjubaserna är små ser vi en tendens till **minskat anseende i den yngsta åldersgruppen**, 18 till 29 år.

- Inom ”mjukare” faktorer som **beundrar och respekterar** och **håller vad de lovar** ligger betygen för Chalmers relativt sett något lägre än för andra områden.

Möjligheter och reflektioner

- Chalmers har ett högt anseende. I den **yngre åldersgruppen** finns tendenser till ett lite lägre anseende.

- Det finns potential att i ännu högre grad lyfta fram frågor som ligger nära de unga, som olika **utbildningar** och **studienytta** men även **klimatfrågan**.

- Chalmers ligger fortsatt lite lägre på **”mjukare” faktorer**. Finns det möjlighet att kommunicera mer ”likeability”?

Kontakt

Per Söderpalm
per.soderpalm@veriangroup.com

verian

Powering decisions
that shape the world.