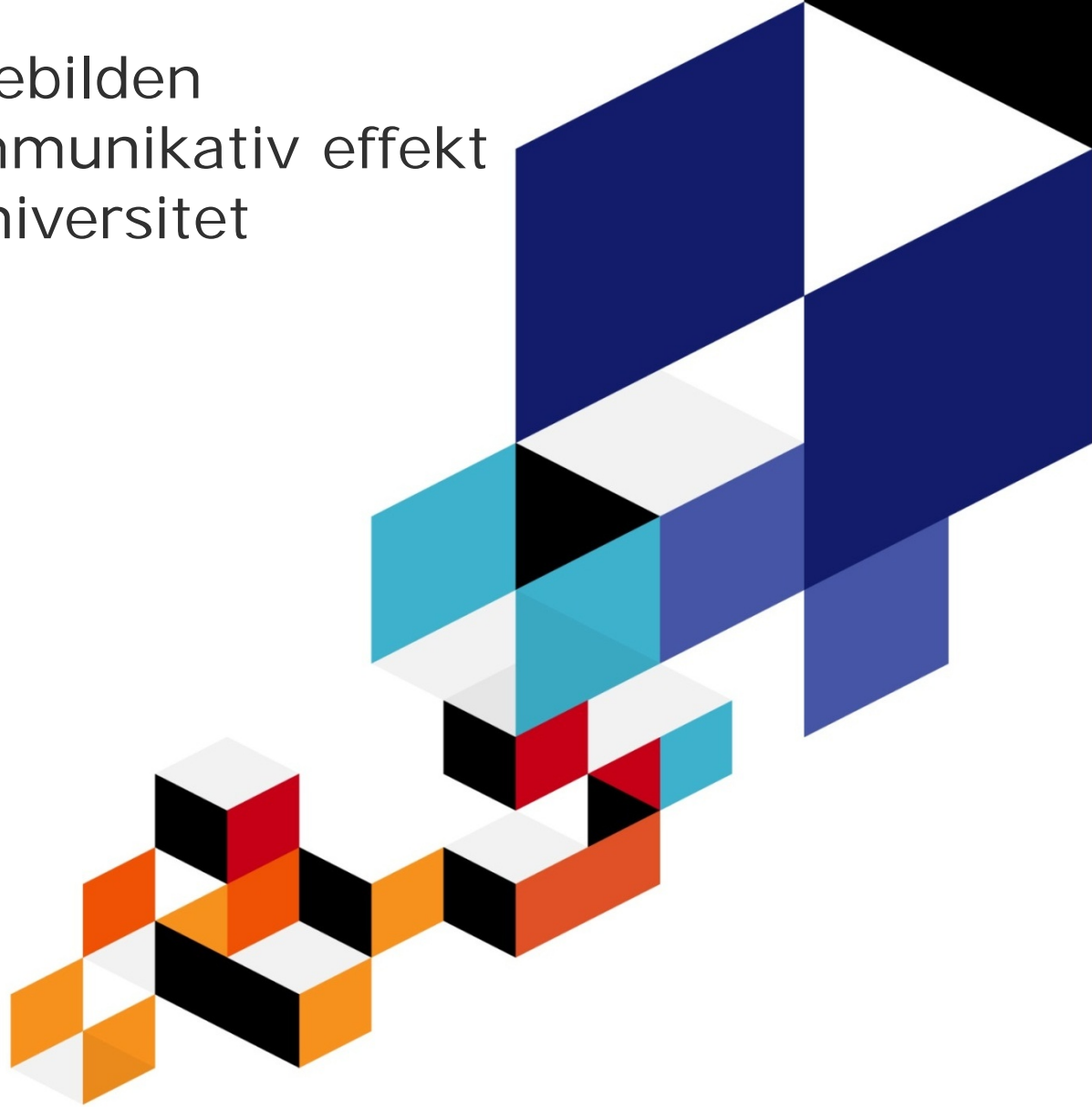


# Anseendet och mediebilden

– ett samtal om kommunikativ effekt

## Sveriges lantbruksuniversitet



# Mediebilden och anseendet – om kommunikativ effekt

## Mediebilden av SLU

- SLU står för fakta, experter, debatt och utbildning
- Stark koppling till Sverige och etableringsorterna
- Fackpressen prioriterar SLU
- Egen stark påverkan kan bli starkare – nyhetsval, talespersoner, kanalval
- Mediebilden är sannolikt den starkaste kontaktytan och kanalen SLU har mot allmänheten

## Anseendet hos allmänheten

- Resultatet är bra
- Vårda era styrkor
  - Användbar utbildning
  - Håller i jämförelser
  - Framgångsrik forskning
  - Bidrar positivt till samhället och miljön
- Fortsätt synliggöra forskare och ledning
- Indikation: Sämre anseende hos dem som känner er bäst

# Metod och urval

## Medieanalys

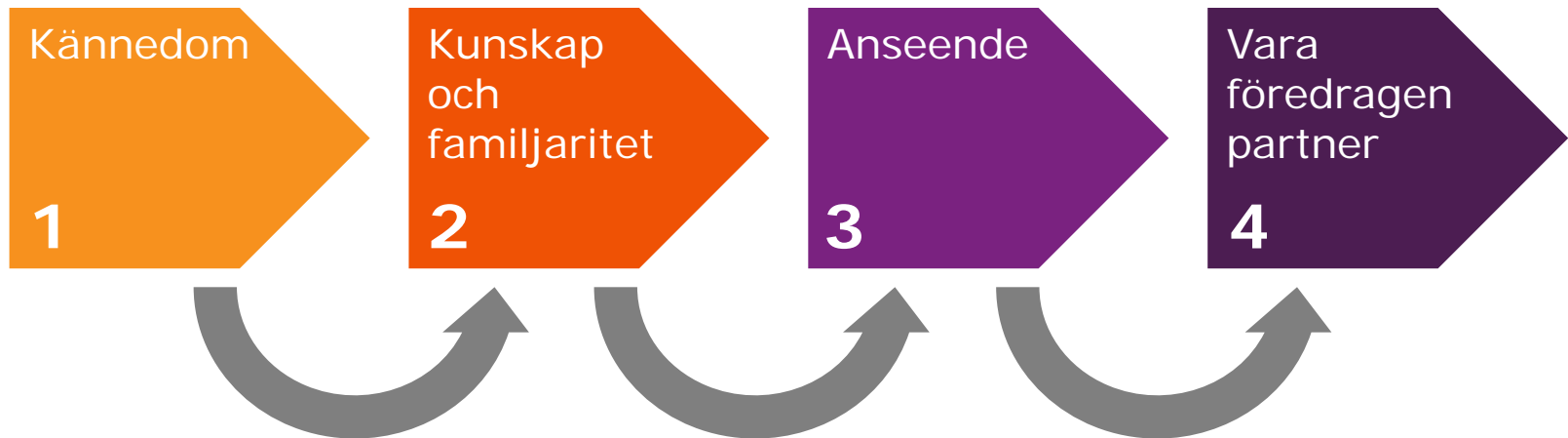
- Kvantitativ innehållsanalys, kalibrerad metod
- Analysperiod: 1 september – 30 november 2011 samt 1 februari – 30 april 2012
- Redaktionella omnämningen (införanden) i
  - Dagspress (rikstidningar samt lokalpress i Uppland, Skåne, Skaraborgsbygden, Västerbotten samt Östergötland),
  - Etermedier (riks radio/TV, lokal radio/TV i ovan nämnda regioner)
  - Relevant fackpress (Land, ATL, större skogstidningar)
  - Begränsning: aktuell sökmotor, "döda" länkar
- Sökprofil: SLUs bevakning hos Meltwater News
- Ett införande = artikel, notis, inslag i radio/tv

## Anseende

- Metod: TRI\*M
- TNS SIFOs internetpanel med ett representativt urval av boende i Sverige, 18-75 år
- Fältperiod: 8–14 juni 2012
- Totalt 1 255 intervjuer gav sammanlagt 2 890 utvärderingar av de berörda lärosätena (en respondent med tillräcklig kännedomsggrad har kunnat utvärdera maximalt fyra lärosäten)
- Undersökningen är baserad på 22 universitet och högskolor. Lärosätena är valda utifrån att de är hyggligt välkända bland allmänheten
- Övergripande om resultatet på [www.slideshare.net/tnssifo/tns-sifo-anseendeindex-lrosten-sverige-2012](http://www.slideshare.net/tnssifo/tns-sifo-anseendeindex-lrosten-sverige-2012)

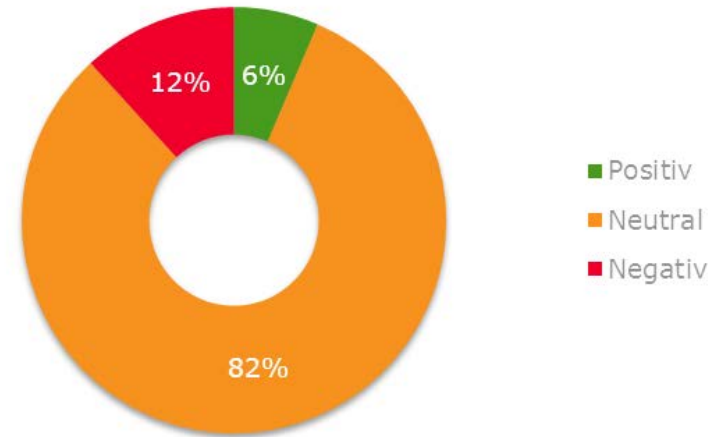
För mer information om undersökningarna, kontakta gärna  
Sonja von Lochow, 08-507 421 70, [sonja.von.lochow@tns-sifo.se](mailto:sonja.von.lochow@tns-sifo.se)  
Göran Celander, 031-727 39 03, [goran.celander@tns-sifo.se](mailto:goran.celander@tns-sifo.se)

# Kännedom är nödvändigt för att bygga anseende

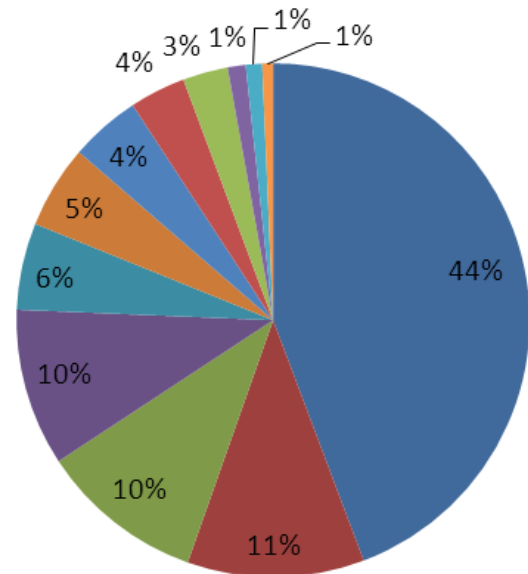


# Bilden av SLU i siffror

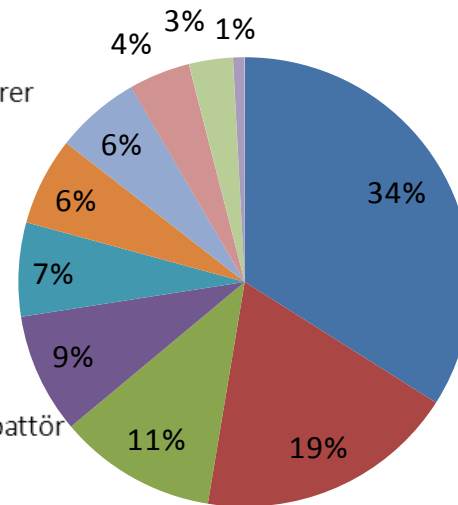
Nyckeltal SLU	Sept-nov 2011	Feb-april 2012
Antal införanden	953	★
Räckvidd (miljoner)	144	
Talesperson totalt	45 %	★
Talesperson forskare	32 %	★
Eget initiativ	20 %	
Aktiv roll (huvud-/biroll)	52 %	



# SLU står för forskning, fakta och utbildning



- Forskning
- Expertkommentarer
- Utbildning
- Övrigt
- Anslag
- Organisation
- Samverkan
- Forskare som debattör
- Utmärkelse
- Samhälle och näringsliv



- Skogsbruk och vilt
- Husdjur och veterinärmedicin
- Jordbruk
- Trädgårdsbruk
- Stad och landskapsarkitektur
- Livsmedel och hälsa
- Miljö och naturresurser
- Vatten, vattenbruk och fisk
- Bioenergi
- Landsbygdsutveckling

# Kritik och lovord – och det viktiga andra

carema care

**Kritik:** utbildningar, anslagsfrågan, organisation och verksamhet

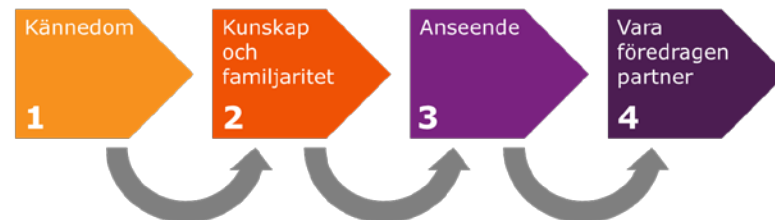
- Lövsta
- Besparingar och sänkta anslag
- Flytten av Skogsmästarskolan och Balsgård
- Men SLU initierar i hög grad själva publiciteten

**Positivt:** utmärkelser, stipendier, anslag och rankningar

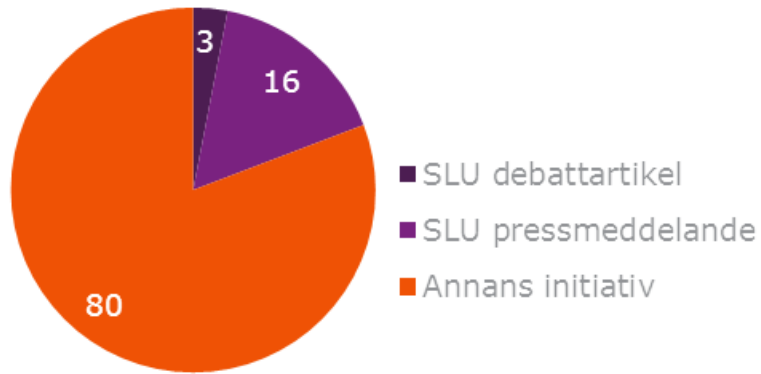
- Wallenbergstiftelsen
- Högskolerankning
- Enstaka anslag
- Enskilda utmärkelser (inte interna utnämningar)

## Största enskilda nyheter

→	Lövsta forskningsgård	40	
→	Besparingar SLU	24	
	Kaninkött på matbordet	22	←
	Blåbär på tillbakagång	19	←
	Skogsgödsling ökar	17	←
	Läckage från jordbruk minskar	15	←
	Fler tamdjur angrips av varg	15	←
	Humletjuvarna	15	←
	Vargungar riskerar liv vid flytt	13	←
→	Sparbeting hotar utbildning	13	
	Biologisk mångfald hotad i skog	12	←
	Vaccin mot blåtung	12	←
→	Skogsmästarskolan flyttas	11	
→	Flytten av Balsgård	10	



# Egna initiativ och talespersoner är er styråra



Talesperson	#	Forskare	>5
Forskare	304	Joachim Strengbom	13
Annan	28	Björn Cederberg	10
Lisa Sennerby Forsse	27	Carl-Gustaf Thulin	10
Ulf Heyman	21	Göran Ericsson	9
Lena Andersson-Eklund	13	Johanna Witzell	9
Kerstin Svennersten Sjaunja	10	Peter Lohmander	8
Torbjörn Fagerström	5	Mie Meiner	6
Johan Schnürer	3		
Göran Ståhl	2		
Tina Zethraeus	2		
Tiina Sarap	1		

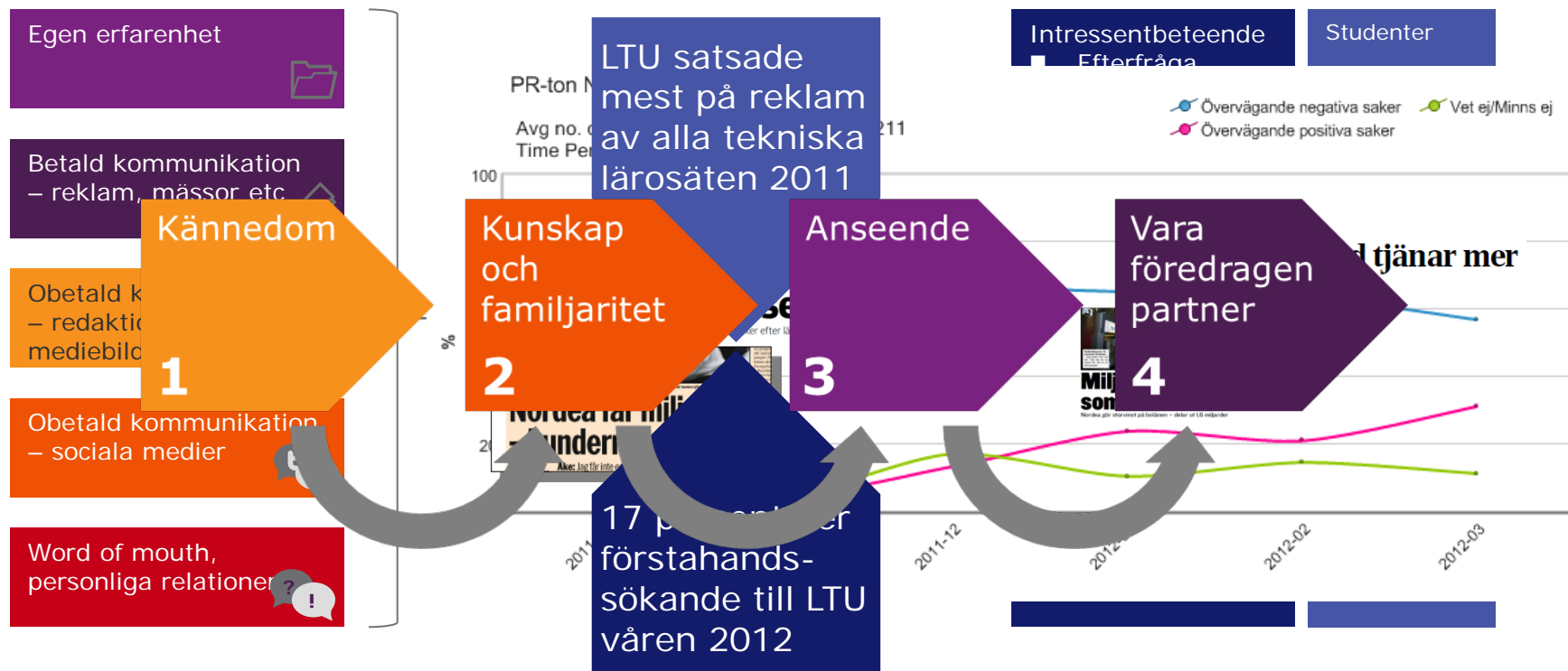


# Allmänhetens anseende och vad som driver bilden av SLU



# Målgruppen minns, påverkas och agerar

– anseendet påverkas av alla kontaktytor



# Tämligen god allmän kännedom om att SLU finns

Kännedom

1

Känner till att universitetet finns

SLU	72%	Lunds universitet	91%
Karolinska institutet	86%	Göteborgs universitet	84%
KTH	95%	Uppsala universitet	93%
Chalmers	96%	Stockholms universitet	89%

# Låg kunskap om verksamheten

Kunskap/  
familjaritet

2

Är mycket/  
ganska väl  
bekant med  
universitetet  
(Top 2 skalsteg)

SLU	10%	Lunds universitet	19%
Karolinska institutet	15%	Göteborgs universitet	18%
KTH	21%	Uppsala universitet	24%
Chalmers	22%	Stockholms universitet	20%

# Anseendet mäts i fem nivåer

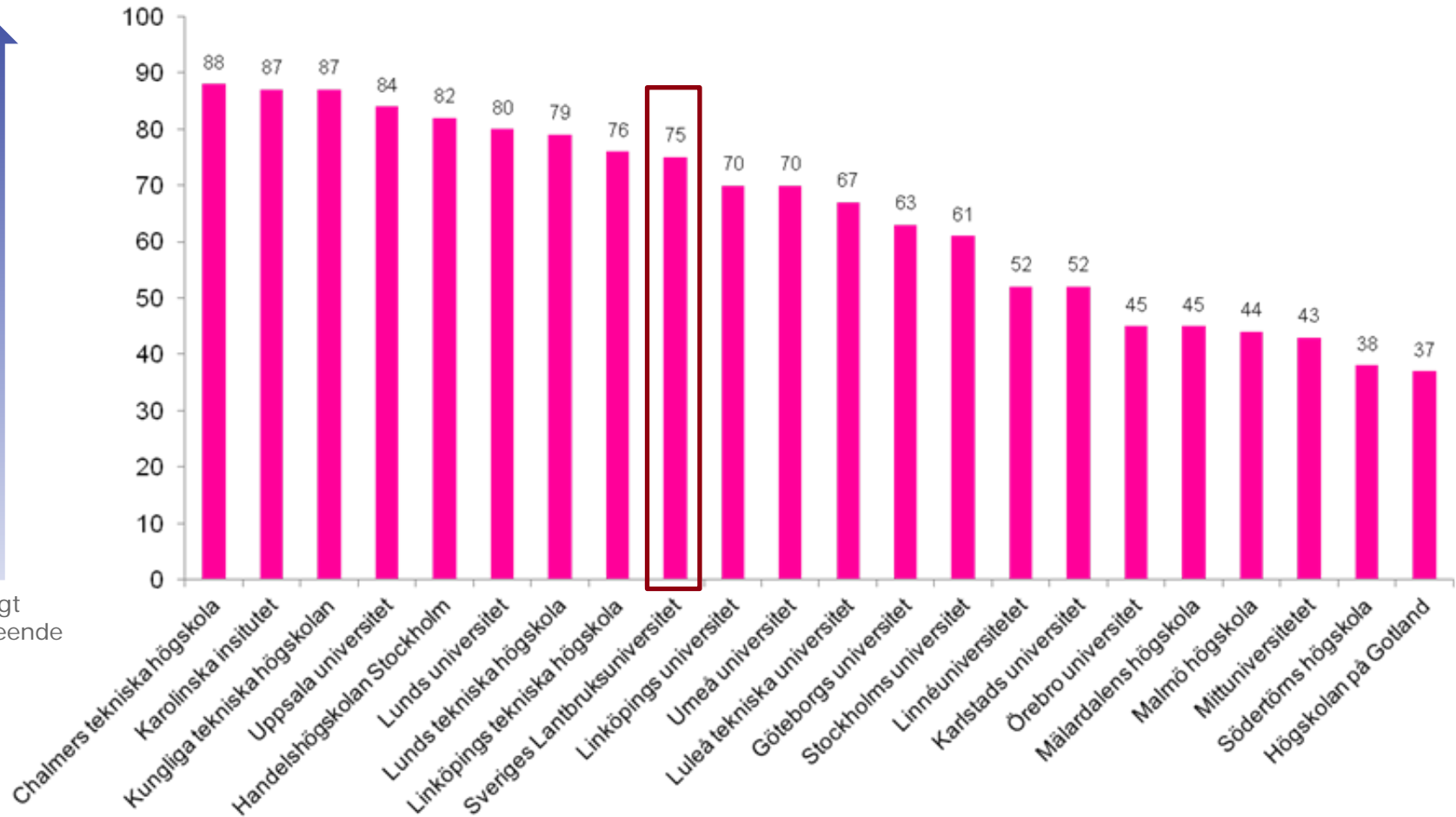


# Index: Anseendet för svenska lärosäten 2012

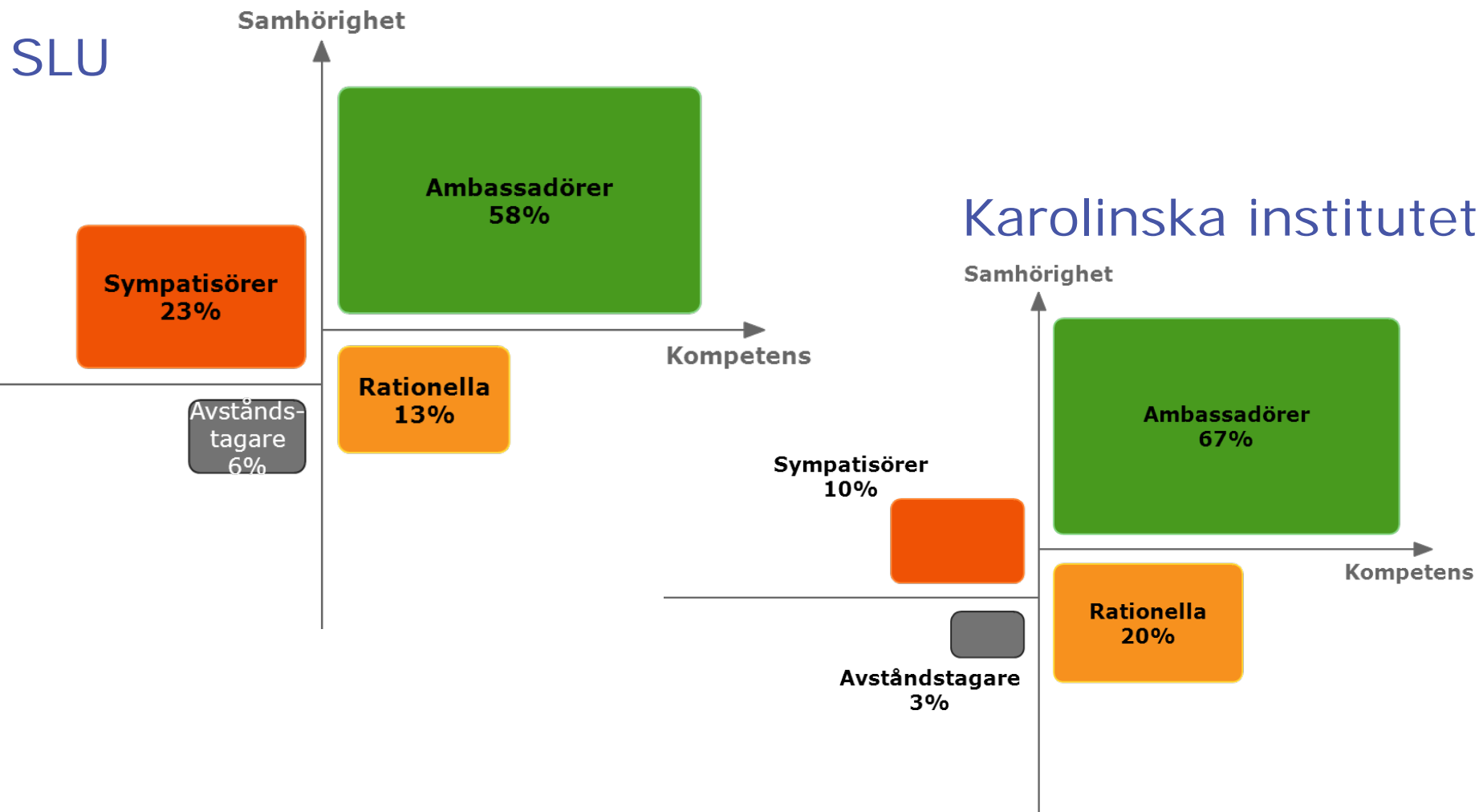
Utomordentligt  
anseende



Dåligt  
anseende



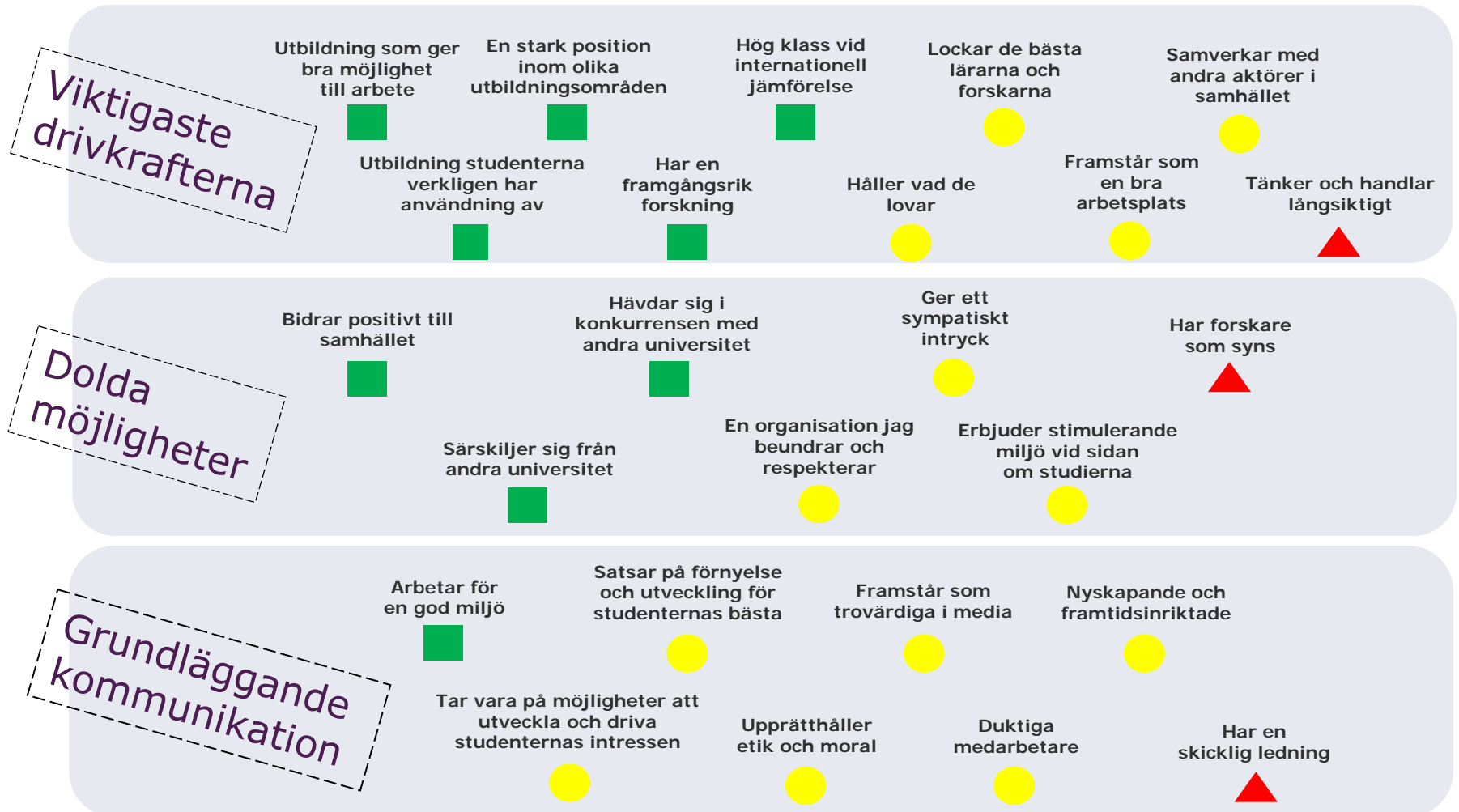
# Relationen till universitetet



# Styrkor och svagheter – SLU

## Grund för styrning och strategi

Anseendeindex 75





# Påverka mediebilden i riktning som gynnar anseendet

## Om jag gick i era skor

- Samhällsnyttan
- Prestationer – internationellt, nationellt, lokalt
- Prioritera populistiska "blåbär och kaniner" före nya prorektor
- Lyft fram era talespersoner
- Lyft fram utbildningar och studenter
- Familjesidor, sporten, mat ...

It takes 20 years to build a reputation and five minutes to ruin it.

If you think about that, you'll do things differently.

- *Warren Buffet*