

universum



Universum Reputation Index

Vår 2025

8 664

Den fremvoksende informerte offentligheten:

personer under høyere utdanning som representerer morgendagens fagspesialister, ledere og beslutningstagere



Business
2 384



Engineering
2 417



IT
924

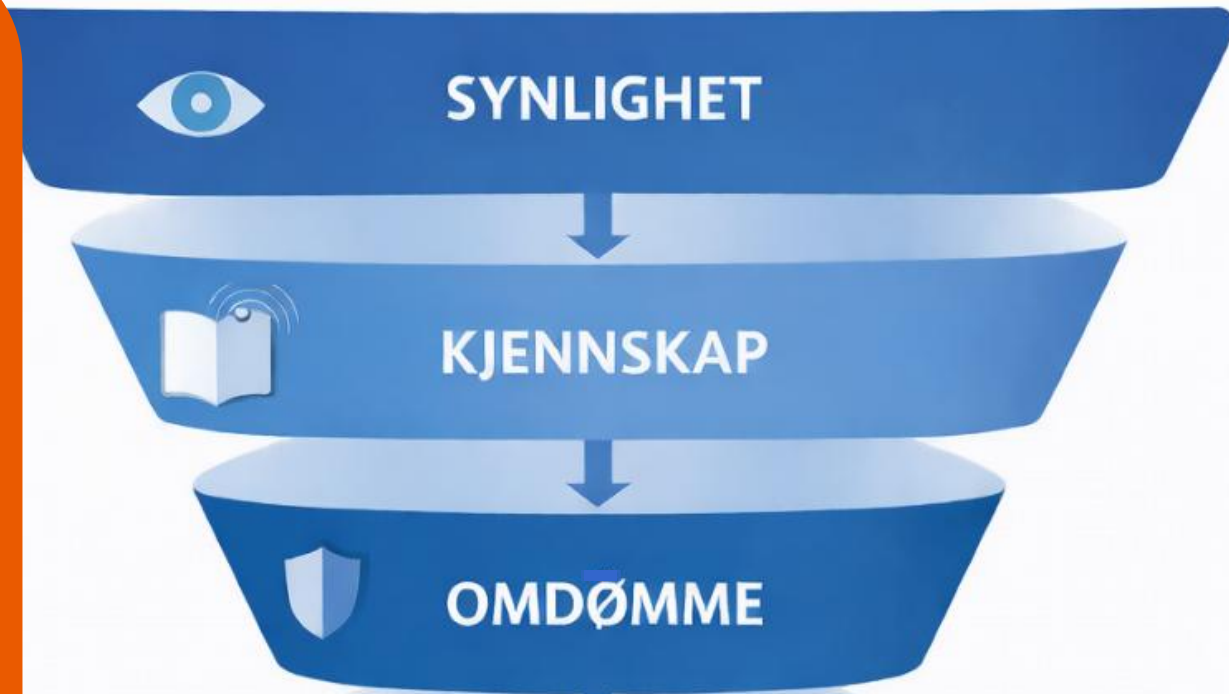


Humanities
2 424



Law
515

**Universums
virksomhetsunivers: 220**



Av 220 virksomheter har 175 virksomheter oppnådd tilstrekkelig kjennskap blant respondentene til å kunne evalueres på omdømme.

1 Fantastiske produkter og tjenester

2 Innovasjon

3 Inspirerende lederskap

4 Markedsuksess

5 Bærekraft

6 Meningsfullt oppdrag

6 x omdømmedrivere

 Index

Funn 1: Omdømme handler om å være logisk og forståelig – ikke perfekt



Sterkt omdømme forutsetter ikke høy og jevn score på alle seks omdømmedriverne.

Virksomheter med høy samlet score har ofte tydelige drivere kombinert med svakere drivere som henger sammen på en forståelig måte.

Virksomheter med lav samlet score kjennetegnes ved at høye og lave driver-vurderinger fremstår som ulogiske.

Når omdømme oppleves som helhetlig, er det fordi styrker og svakheter gir mening sammen, ikke fordi alle vurderinger er høye.

Funn 2: Gode produkter og tjenester er viktig for omdømmet



Virksomheter med høy samlet omdømmescore har ofte høy score på driveren «produkter og tjenester»

Lav score på «produkter og tjenester» sammenfaller ofte med lav samlet omdømmescore.

Driveren «produkter og tjenester» har sterkest sammenheng med driveren «markedsuksess».

Gode produkter og tjenester er det viktigste fundamentet for å oppnå høy samlet omdømmescore.

Funn 3: Innovasjon er en forsterker – ikke en motor



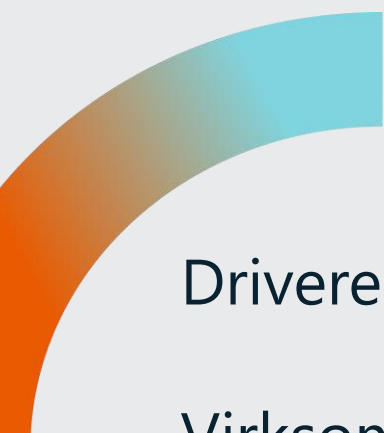
Driveren «innovasjon» henger sterkest sammen med «bærekraft».

Høy «innovasjon» alene forekommer ofte i profiler der andre drivere er lave.

«Innovasjon» gir mest mening når den henger sammen med andre drivere, og ikke står alene i omdømmeprofilen.

Innovasjon i seg selv er sjeldent nok, men får betydning når den støtter opp under eks bærekraft. Innovasjon signaliserer retning, bærekraft signaliserer ansvar.

Funn 4: Meningsfullt oppdrag må støttes av andre styrker



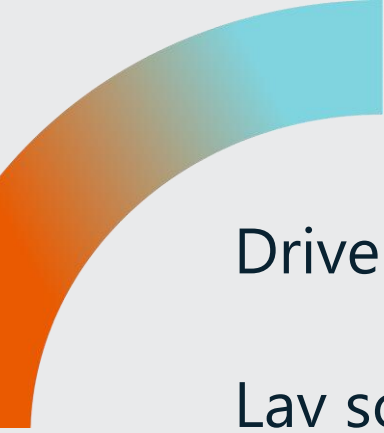
Driveren «meningsfullt oppdrag» har svakest sammenheng med «markedsuksess».

Virksomheter med høy samlet omdømmescore har ofte lav eller middels score på «meningsfullt oppdrag».

Tallene viser at høyt fokus på «meningsfullt oppdrag» alene kan gi en utydelig og sprikende omdømmeprofil.

Høy score på Meningsfullt oppdrag gir effekt først når den støttes av andre drivere i omdømmeprofilen

Funn 5: Inspirerende lederskap er viktig, men ikke nok alene



Driveren «inspirerende lederskap» har svak sammenheng med «markedsuksess».

Lav score på ledelse forekommer oftere i profiler med lav samlet omdømmescore.

Når ledelsen vurderes høyt, henger de andre omdømmefaktorene som regel bedre sammen.

Uklar eller svak ledelse henger sammen med mer sprikende omdømmeprofiler.

Lederskap har betydning for hvor konsistent og sammenhengende omdømmeprofilen fremstår.

Funn 6: Det er ikke nok å være bærekraftig



Driverene «bærekraft» og «markedsuksess» er to motsetninger.

«Bærekraft» henger sterkest sammen med «innovasjon»

Virksomheter med høy samlet omdømmescore kan ha både høy og lav score på «bærekraft».

«Bærekraft» alene gir ofte en mindre tydelig omdømmeprofil og lavere score

Bærekraft får først betydning når den inngår sammen med innovasjon.



Funn 7: Det holder ikke å se vellykket ut i markedet hvis det du leverer ikke henger med

«Markedsuksess» har sterkest sammenheng med «produkter og tjenester»

«Markedsuksess» henger i mindre grad sammen med «innovasjon», «ledelse», «formål» og «bærekraft».

Høy «markedsuksess» bidrar til at øvrige styrker og svakheter tolkes mer konsistent, mens lav «markedsuksess» forsterker inntrykket av sprik i omdømmeprofilen.

Det er ikke nok å se vellykket ut i markedet; det må også henge sammen med det virksomheten faktisk leverer.

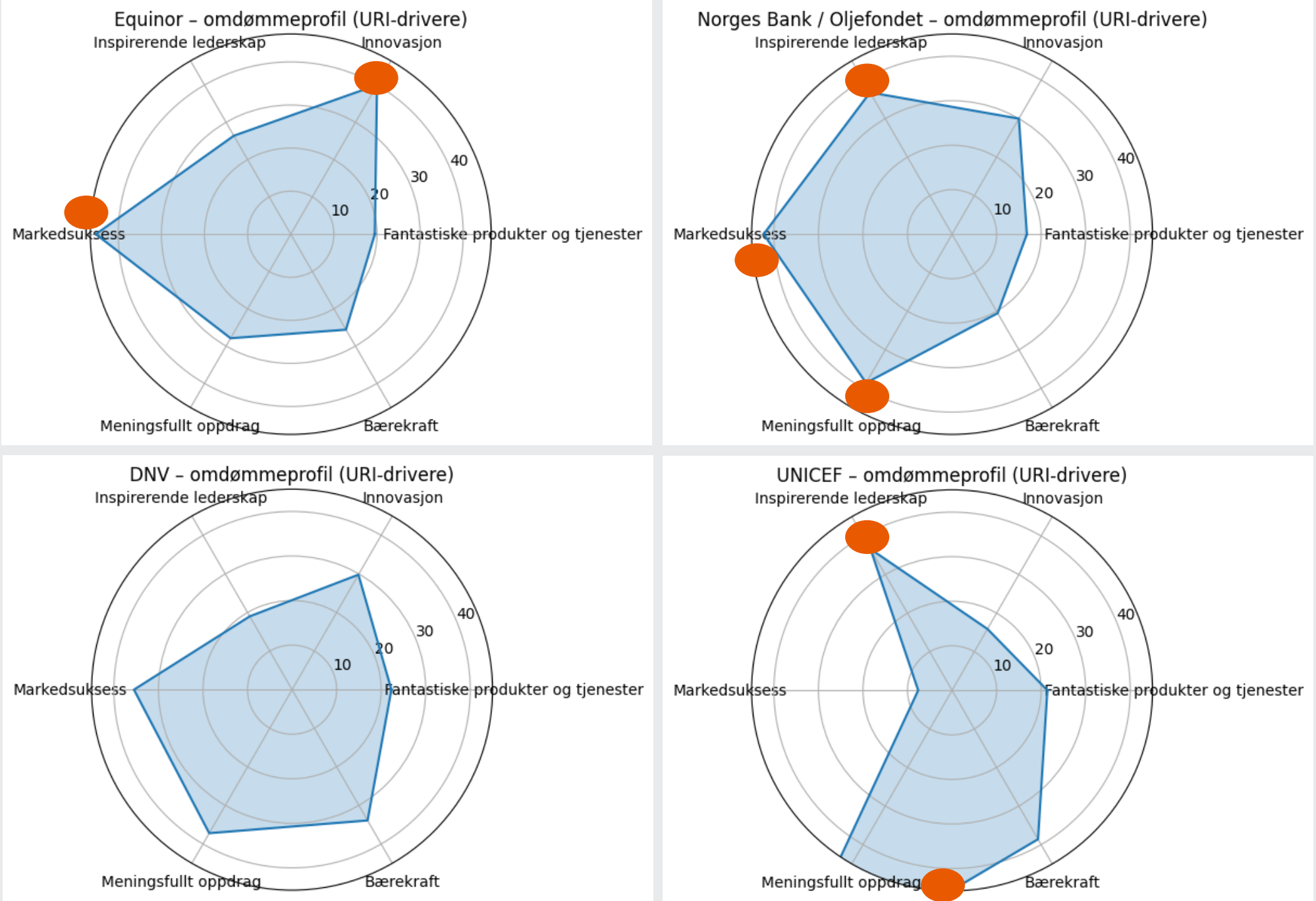
Omdømmedrivere oppsumert



Tallene viser at høy totalscore i Universum Reputation Index ikke handler om å være best på enkeltområder eller å være jevnt god på alt, men om hvordan de seks omdømmedriverne henger sammen i praksis. Gode produkter og tjenester er det viktigste grunnlaget for høy totalscore og henger tettest sammen med markedsuksess, mens de andre driverne først og fremst gir nyanser og særpreg. Innovasjon, bærekraft og formål kan bidra positivt når de støtter opp under gode produkter og tjenester, men gir liten effekt alene. Samtidig viser tallene at tydelige svakheter, særlig innen produkter og ledelse, oftere finnes hos virksomheter med lav totalscore enn hos dem med høy. Forskjellen mellom høy og lav totalscore i URI handler derfor mest om sammenheng og tydelighet (enn om pene snitt eller at alt er like bra).

Eksempel:

- Nokså lik på total omdømmescore...
... men nokså forskjellige på de 6 driverne.



Hvorfor er URI relevant for HR, kommunikasjon og ledelse?



I «*Employer Branding NOW 2025*» kommer det frem at i mange virksomheter oppleves **Employer Branding** som strategisk viktig, men forankret langt nede i organisasjonen

Omdømme, derimot, er et begrep som oftere engasjerer kommunikasjon og toppledelse

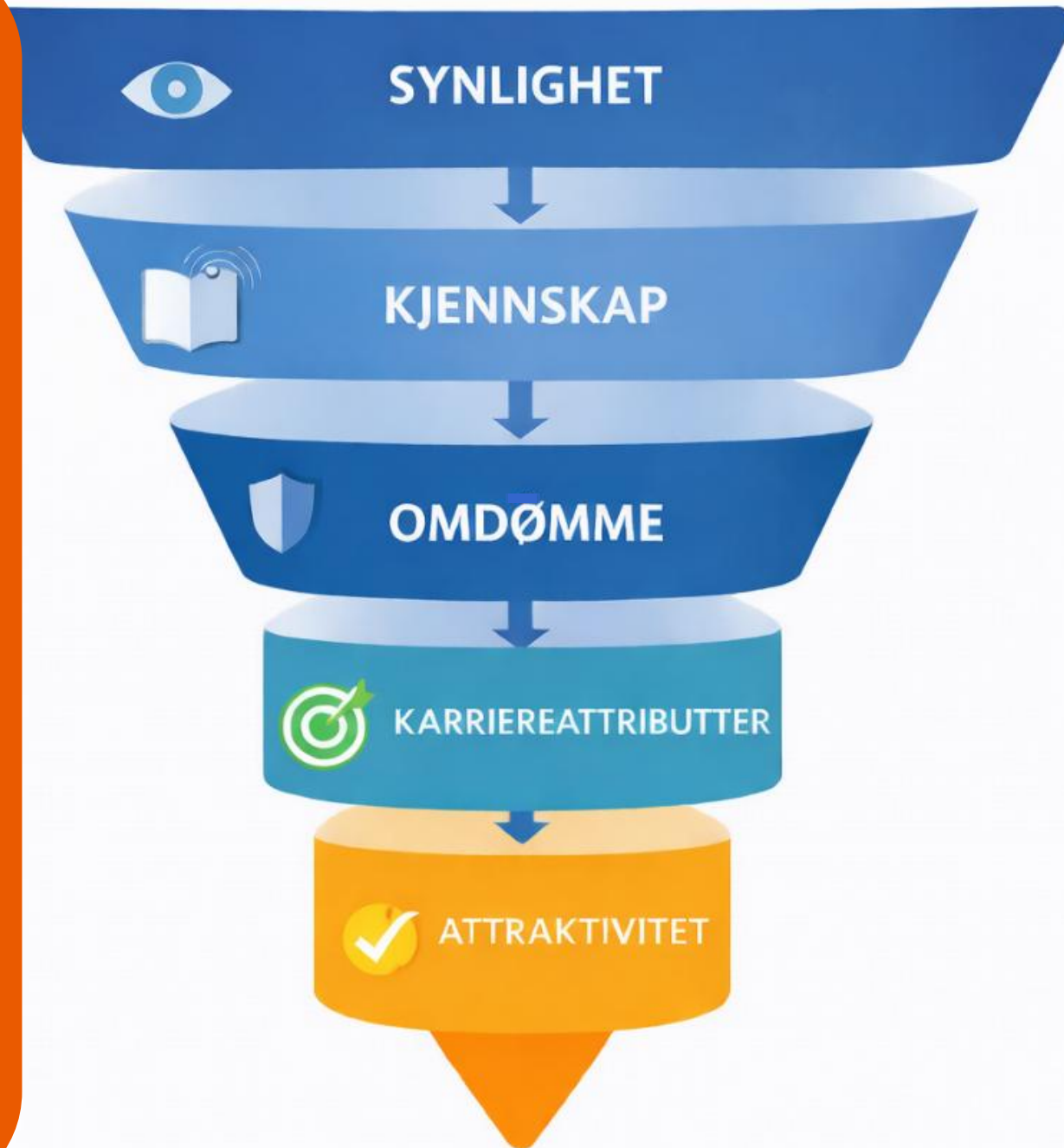
Universum Reputation Index er ment som et bro-produkt:

- et språk ledelse og kommunikasjon allerede er komfortable med
- et felles rammeverk for HR, KOM og C-level
- et verktøy for å løfte talent- og attraktivitetsperspektivet høyere opp

Hvordan...

- omdømme
- karrierereattributter
- attraktivitet

...henger sammen



Sammenhengen mellom omdømme, karriereattributter og attraktivitet

Nivå	Hva kandidaten vurderer	Rolle i beslutningen
 Omdømme	Helhetlig tillit, legitimitet og virksomhetens rolle i samfunnet	Avgjør om virksomheten i det hele tatt blir vurdert
 Karriere- attributter	Relevans for den enkelte kandidat – faglig, personlig og karrieremessig	Avgrenser hvilke arbeidsgivere som oppleves som riktige alternativer
 Attraktivitet	Faktisk preferanse og valg	Utfallet av den samlede vurderingen

Tre ulike vurderinger

Omdømme (emosjonell): den overordnede vurderingen

- Vurderes samlet og helhetlig
- Forteller om virksomheten oppfattes som legitimt og troverdig
- Blir en inngangsbillett for videre evaluering av karriereattributter
- Tolkingsramme for karriereattributter

Karriereattributter (rasjonell): den personlige vurderingen

- Høyt omdømme alene er ikke nok
- Attributter må vurderes som relevant
- Vurderes modulært og grupperer seg i klynger
- Differensiering viktig

Attraktivitet: utfallet av et valg basert på

- Helhetlig omdømme
- Differensierte karriereattributter



Omdømme kan sammenlignes med briller.
Når brillene er klare, virker det vi ser mer trotroverdig.
Når brillene er uklare, blir vi mer skeptiske – *selv om innholdet er det samme.*

HØYT OMDØMME (URI)



(2)

Respektert
men ikke valgt

(1)

Magnet-arbeidsgiver

→ HØY ATTRAKTIVITET

(4)

Lite attraktiv
og lite kjent

(3)

Attraktiv
men sårbar



LAVT OMDØMME (URI)

Refleksjonsoppgave

Lavt omdømme, tydelig/sterkt differensierte karriereattributter

→ begrenset hva HR kan få til alene.

Høyt omdømme, utydelig/svakt differensierte karriereattributter

→ betydelig potensial i kommunikasjon og employer branding

Lavt omdømme og utydelig/svakt differensierte karriereattributter

→ samordnet innsats fra ledelse, kommunikasjon og HR

Høyt omdømme og tydelig/sterkt differensierte karriereattributter

→ HR kan lykkes med ambisjonen om å bli blant de mest attraktive arbeidsgiverne



potensial til å bli Norges mest attraktive arbeidsgiver

KATEGORIER



1 Industri & produksjon

2 Energi, olje & offshore

3 Infrastruktur, bygg & anlegg

4 Teknologi, IT & digitale tjenester

5 Konsulent & Professional services

6 Advokatfirmaer & juridiske tjenester

7 Dagligvare, FMCG & handel

8 Reiseliv, transport & logistikk

9 Finans, bank & forsikring

10 Media & kultur

11 Kunnskap & forskning

12 Offentlig forvaltning & myndigheter

13 Kommuner

14 Ideelle organisasjoner & veldedighet

Sperrefrist 4 feb kl 09

BEST I KATEGORI

Industri & produksjon

1 Kongsberg Gruppen

2 Kongsberg Automotive

3 DNV

4 Wilhelmsen Group

5 Hydro

6 GKN Aerospace

7 Yara

8 Siemens

9 ABB

10 Laerdal Medical

11 Jotun

Sperrefrist 4 feb kl 09

BEST I KATEGORI

Energi, olje & offshore

1 Equinor

2 ConocoPhillips Norge

3 Aker BP

4 Å Energi

5 Aker Solutions

6 Vår Energi

7 Oceaneering

8 Statkraft

9 Aibel

10 TechnipFMC

11 Subsea 7

12 Lyse

Sperrefrist 4 feb kl 09

BEST I KATEGORI

Energi, olje & offshore

13 Statnett

14 Shell

15 Baker Hughes

16 DeepOcean

17 DOF Subsea

18 National Oilwell Varco (NOV)

19 SLB

20 Halliburton

21 Odfjell Drilling

22 NTE Energi

23 Seadrill

Sperrefrist 4 feb kl 09

BEST I KATEGORI

Infrastruktur, bygg & anlegg

1 NCC

2 Asplan Viak

3 AF Gruppen

4 Skanska

5 Veidekke

6 Norconsult

7 Sweco

8 OBOS

Sperrefrist 4 feb kl 09

BEST I KATEGORI

Infrastruktur, bygg & anlegg

9 Rambøll

10 Multiconsult

11 Forsvarsbygg

12 Statsbygg

13 Statens vegvesen

14 Bane NOR

15 COWI

16 Peab

Sperrefrist 4 feb kl 09

BEST I KATEGORI

Teknologi, IT & digitale tjenester

1 Microsoft

2 Google

3 FINN.no

4 BEKK

5 Oracle

6 ATEA

7 Sopra Steria

8 Telenor

9 Cisco Systems

10 Telia Norge

Sperrefrist 4 feb kl 09

BEST I KATEGORI

Teknologi, IT & digitale tjenester

11 IBM

12 Capgemini

13 Tietoevry

14 Opera Software

15 Visma

16 Knowit

17 Computas

18 Bouvet

19 Accenture

20 Geodata

Sperrefrist 4 feb kl 09

BEST I KATEGORI

Konsulent & Professional services

1 McKinsey & Company

2 Bain & Company

3 Boston Consulting Group (BCG)

4 Deloitte

5 KPMG

6 EY

7 PwC

8 BDO

Sperrefrist 4 feb kl 09

BEST I KATEGORI

Advokatfirmaer & juridiske tjenester

1 BAHR

2 Thommessen

3 Wiersholm

4 Wikborg Rein

5 Simonsen Vogt Wiig

6 Haavind

7 Schjødt

8 SANDS

Sperrefrist 4 feb kl 09

BEST I KATEGORI

Dagligvare, FMCG & handel

1 TINE

2 L'Oréal Groupe

3 Coca-Cola Europacific Partners

4 IKEA

5 Ringnes

6 Orkla

7 Reitan Retail

8 NorgesGruppen

9 Coop Norge

10 Hennes & Mauritz

Sperrefrist 4 feb kl 09

BEST I KATEGORI

Reiseliv, transport & logistikk

1 Strawberry

2 Posten Bring

3 SAS

4 Vy

5 Norwegian

6 EF Education First (språkreiser)

Sperrefrist 4 feb kl 09

BEST I KATEGORI

Finans, bank & forsikring

1 Norges Bank/Oljefondet

2 Pareto Gruppen

3 DNB

4 If Forsikring

5 Sparebank 1

6 Nordea

7 SEB

8 Oslo Børs – Euronext

Sperrefrist 4 feb kl 09

BEST I KATEGORI

Finans, bank & forsikring

9 Gjensidige

10 Handelsbanken

11 Fremtind

12 Eika

13 ABG Sundal Collier

14 Storebrand

15 Formue

16 Danske Bank

Sperrefrist 4 feb kl 09

BEST I KATEGORI

Media & kultur

1 Gyldendal Norsk Forlag

2 TV 2

3 Amedia

4 NRK

5 Schibsted

Sperrefrist 4 feb kl 09

BEST I KATEGORI

Kunnskap & forskning

1 SINTEF

2 Institutt for energiteknikk

3 Forsvarets forskningsinstitutt

4 NTNU

5 Universitetet i Oslo

6 Universitetet i Bergen

7 Universitetet i Stavanger

Sperrefrist 4 feb kl 09

BEST I KATEGORI

Offentlig forvaltning & myndighet

1 Innovasjon Norge

2 Klima- og miljødepartementet

3 Statsadvokatembetene

4 Høyesterett

5 Integrering og mangfoldsdirektoratet

6 Norad

7 Nærings- og fiskeridepartementet

8 Forsvaret

9 Utenriksdepartementet

10 Fredskorpset/Norec

Sperrefrist 4 feb kl 09

BEST I KATEGORI

Offentlig forvaltning & myndighet

11 Kunnskapsdepartementet

12 Regjeringsadvokaten

13 Kultur- og likestillingsdep

14 Forskningsrådet

15 Energidepartementet

16 Politiet

17 Helsedirektoratet

18 Arbeids- og inkluderingsdep

19 Norges domstoler

20 NVE

Sperrefrist 4 feb kl 09

BEST I KATEGORI

Offentlig forvaltning & myndighet

- 21 Forsvarsmateriell
- 22 Finanstilsynet
- 23 Finansdepartementet
- 24 Statistisk sentralbyrå (SSB)
- 25 Barne- og familiedepartementet
- 26 Justis- og beredskapsdep (lovavdeling)
- 27 Riksrevisjonen
- 28 Justis- og beredskapsdepartementet
- 29 NAV
- 30 Bufetat
- 31 Økokrim
- 32 Skatteetaten
- 33 Kommunal- og distriktsdep

Sperrefrist 4 feb kl 09

BEST I KATEGORI

Kommuner

1 Trondheim kommune

2 Oslo kommune

3 Kristiansand kommune

4 Stavanger kommune

5 Sandnes kommune

6 Bergen kommune

Sperrefrist 4 feb kl 09

BEST I KATEGORI

Ideelle organisasjoner & veldedighet

1 UNICEF

2 Changemaker

3 Røde Kors

4 Norwegian Refugee Council

5 Kreftforeningen

6 Human – Etisk Forbund



Ranking Universum Reputation Index

2025

UNIVERSUM
Reputation Index

TOP
50

UNIVERSUM

50	Aker Solutions	36	GKN Aerospace	22	Asplan Viak
49	NRK	35	Nærings- og fiskeridepartementet	21	Wilhelmsen Group
48	Amedia	34	TV 2	20	Changemaker
47	Å Energi	33	AF Gruppen	19	DNV
46	Utenriksdepartementet	32	Norad	17	Gyldendal Norsk Forlag
45	Reitan Retail	31	Røde Kors	17	Statsadvokatembetene
44	Norwegian Refugee Council	30	Ringnes	16	Google
43	Oracle	29	IKEA	14	ConocoPhillips Norge
42	McKinsey & Company	28	Hydro	14	NCC
41	Orkla	27	Pareto Gruppen	13	Equinor
40	Forsvaret	26	Integrering og mangfoldsdirektoratet	12	Norges Bank/Oljefondet
39	Skanska	25	Høyesterett	11	Kongsberg Automotive
38	Bekk	24	Coca-Cola Europacific Partners		
37	Aker BP	23	FINN.no		

UNIVERSUM
Reputation Index

TOP
10

- 10 BAHR
- 9 L'Oréal Groupe
- 8 TINE
- 7 Klima- og miljødepartementet
- 6 UNICEF
- 5 Sintef
- 4 Kongsberg Gruppen

Universum Reputation Index
2025

TOP 3

1

Strawberry

2

Microsoft

3

Innovasjon Norge

Sperrefrist onsdag 4. februar kl 09:00

