

Universum Reputation Index (URI)

Målgruppe: HR, kommunikasjon og ledere

Formål: Å støtte refleksjon, dialog og strategisk arbeid i skjæringspunktet mellom omdømme, employer branding og attraktivitet.

1. Hva er Universum Reputation Index?

Universum Reputation Index (URI) er en omdømmemåling utviklet av Universum. Indeksen vurderer norske virksomheter basert på hvordan de oppfattes av **den fremvoksende informerte offentligheten** – personer under høyere utdanning med høy refleksjonsevne, som representerer morgendagens fagspesialister, ledere og beslutningstagere.

Den fremvoksende informerte offentligheten har gjennom sin utdanning, samfunnsinteresse og analytiske modenhet gode forutsetninger for å gjøre kvalifiserte vurderinger av virksomheters samfunnsposisjon, legitimitet og fremtidige relevans.

Datagrunnlag

- 8 664 respondenter i Norge
- Akademisk bakgrunn innen økonomi, ingeniørfag, IT, jus og humaniora
- Datainnsamling: vår 2025

Kun respondenter som oppgir at de har **kjennskap** til en virksomhet inngår i vurderingen av omdømme. Respondenter uten tilstrekkelig kjennskap filtreres ut før omdømmedriverne vurderes, for å sikre kvalitet og pålitelige resultater.

Et sentralt funn i URI er sammenhengen mellom **synlighet og kjennskap**: Virksomheter som oppnår høy kjennskap blant respondentene er, ifølge kandidatene selv, virksomheter som har vært synlige over tid. URI bygger dermed på en logisk progresjon:

Synlighet → Kjennskap → Omdømme (URI)

2. Hva menes med omdømme i URI?

I Universum Reputation Index forstås omdømme som virksomhetens **samlede samfunnsposisjon**, slik den vurderes av et kunnskapsrikt og fremtidsrettet publikum. URI er **ikke** en måling av arbeidsgiverattraktivitet. Faktorer som lønn, arbeidsmiljø, fleksibilitet og karrieremuligheter er bevisst utelatt. Slike forhold beskriver primært interne arbeidsforhold og egner seg ikke for en bred ekstern omdømmemåling.

Disse dimensjonene dekkes i stedet av Universums egne arbeidsgiver- og attraktivitetsundersøkelser:

- Universum Student Survey
- Universum Professional Survey

URI er utviklet for å supplere eksisterende omdømmemålinger for å fungere som et **bindeledd mellom omdømme, Employer Branding og attraktivitet.**

3. Metode: Seks omdømmedriverne

Omdømmet måles gjennom seks omdømmedriverne. Disse er valgt fordi de samlet gir et helhetlig, relevant og sammenlignbart bilde av virksomheters omdømme på tvers av bransjer og sektorer.

Alle driverne vektes likt for å sikre:

- transparens
- sammenlignbarhet

De seks omdømmedriverne:

1. **Fantastiske produkter og tjenester**
Kvalitet og relevans i det virksomheten leverer
2. **Innovasjon**
Evne til fornyelse, omstilling og fremtidig relevans
3. **Inspirerende lederskap**
Opplevd kvalitet, troverdighet og tillit til ledelsen
4. **Markedsuksess**
Opplevd stabilitet, soliditet og gjennomslag i markedet
5. **Bærekraft**
Ansvarlighet, etikk og bidrag til samfunn og miljø
6. **Meningsfullt oppdrag**
Virksomhetens formål, samfunnsrolle og opplevde betydning

Til sammen representerer disse seks driverne de mest sentrale dimensjonene av omdømme.

Omdømmedriverne måles som rene assosiasjoner, der respondentene angir hvilke av de utvalgte driverne de forbinder med virksomheten, uten å vurdere grad eller styrke.

4. Metode: Sektorinndeling

For å sikre meningsfulle og rettferdige sammenligninger er virksomhetene i Universum Reputation Index også gruppert i **14 sektorer**. Formålet er å sammenligne virksomheter som vurderes innenfor samme kontekst av respondentene, og som deler sentrale omdømmeforutsetninger.

Hver virksomhet inngår kun i én hovedsektor. Dette sikrer tydelige, troverdige og rangeringer uten overlapp. Sektorene er ikke konstruert for å være like store i antall virksomheter, men for å være relevante. Dette gir et bedre grunnlag for å identifisere faktiske styrker, svakheter og «best i bransjen» innen hver sektor.

5. Sektoroversikt

- Industri & produksjon
 - Energi, olje & offshore
 - Infrastruktur, bygg & anlegg
 - Teknologi, IT & digitale tjenester
 - Konsulent & Professional services
 - Advokatfirmaer & juridiske tjenester
 - Dagligvare, FMCG & handel
 - Reiseliv, transport & logistikk
 - Finans, bank & forsikring
 - Media & kultur
 - Kunnskap & forskning
 - Offentlig forvaltning & myndigheter
 - Kommuner
 - Ideelle organisasjoner & veldedighet
-

6. Kort om sektorene

Industri & produksjon

Virksomheter innen industriell produksjon, prosessindustri og industrinær teknologi, i hovedsak rettet mot B2B- og B2G-markeder. Sektoren preges av høy teknisk kompleksitet, kapitalintensive investeringer, lange verdikjeder og krav til kvalitet, sikkerhet og leveranseevne.

Energi, olje & offshore

Virksomheter som driver med produksjon, distribusjon og teknologi knyttet til olje, gass, fornybar energi og offshore-relaterte tjenester. Sektoren kjennetegnes av høy kapitalbinding, regulering, samfunnsmessig betydning og økende omstillingskrav.

Infrastruktur, bygg & anlegg

Virksomheter som planlegger, bygger, drifter og forvalter bygninger og samfunnskritisk infrastruktur. Omfatter entreprenører, rådgivende ingeniører, utbyggere og offentlige byggherrer, med fokus på gjennomføringsevne, kvalitet, sikkerhet og langsiktighet.

Teknologi, IT & digitale tjenester

Virksomheter som utvikler og leverer programvare, IT-systemer, digitale plattformer og teknologibaserte tjenester. Sektoren er kompetanseintensiv og preges av høy innovasjonstakt, skalerbarhet og betydning for digitalisering på tvers av bransjer.

Konsulent & Professional services

Virksomheter som leverer strategisk, operasjonell og finansiell rådgivning, inkludert revisjon, transaksjoner, compliance og virksomhetsstyring. Fungerer som betrodde rådgivere for ledelse og beslutningstagere i både privat og offentlig sektor.

Advokatfirmaer & juridiske tjenester

Virksomheter som tilbyr spesialisert juridisk rådgivning og bistand innen blant annet forretningsjus, arbeidsrett, offentlig rett og tvisteløsning. Sektoren kjennetegnes av høy faglig spesialisering, profesjonell integritet og tillitsbaserte relasjoner.

Dagligvare, FMCG & handel

Virksomheter som utvikler, produserer, markedsfører og distribuerer forbrukerrettede produkter og handelskonsepter. Sektoren har høy synlighet mot sluttkunde og preges av sterk konkurranse, merkevarebygging, distribusjonseffektivitet og tillit.

Reiseliv, transport & logistikk

Virksomheter som leverer tjenester innen reiseliv, persontransport, godstransport og logistikk. Sektoren kjennetegnes av mobilitet, kompleks drift, effektiv flyt av mennesker og varer, samt fokus på driftssikkerhet og kundeopplevelse.

Finans, bank & forsikring

Virksomheter som tilbyr finansielle tjenester som bank, forsikring, kapitalforvaltning og finansiell rådgivning til privatpersoner og næringsliv. Sektoren er regulert og preges av krav til soliditet, risikostyring og tillit.

Media & kultur

Virksomheter som produserer, formidler og distribuerer redaksjonelt, kulturelt og kreativt innhold. Sektoren spiller en sentral rolle i offentlighet, kulturutvikling, meningsdannelse og samfunnsdebatt.

Kunnskap & forskning

Universiteter, høyskoler og forskningsinstitutter som utvikler, forvalter og formidler ny kunnskap gjennom forskning, høyere utdanning og vitenskapelig arbeid, ofte i samspill med offentlig og privat sektor.

Offentlig forvaltning & myndigheter

Departementer, direktorater og statlige virksomheter som utøver myndighet, forvalter regelverk og offentlige ressurser, og har ansvar for sentrale samfunnsoppgaver og nasjonale prioriteringer.

Kommuner

Norske kommuner som lokal forvaltningsmyndighet, tjenesteleverandør og arbeidsgiver, med ansvar for sentrale velferdstjenester, lokal samfunnsutvikling og implementering av nasjonal politikk.

Ideelle organisasjoner & veldedighet

Ikke-kommersielle og verdibaserte organisasjoner som arbeider med humanitære og samfunnsmessige eller ideelle formål. Sektoren er finansiert gjennom gaver, medlemskap, offentlig støtte og frivillig innsats.

7. Virksomhetsuniverset i URI

Utvalget av virksomheter i Universum Reputation Index bygger på Universums etablerte virksomhetsunivers, som over tid er utviklet gjennom systematisk kartlegging av virksomheter som er synlige og relevante for høyt utdannede målgrupper i Norge.

I 2025 omfatter Universums virksomhetsunivers 220 virksomheter. Av disse har 175 virksomheter oppnådd tilstrekkelig kjennskap blant respondentene til å kunne evalueres på omdømme.

Virksomhetsuniverset består av definerte lister som oppdateres årlig. Som del av denne prosessen gjennomføres et forprosjekt der respondentene gjennom fritekstsvar foreslår virksomheter de selv opplever som synlige og relevante. Innsikten fra dette forprosjektet brukes aktivt til å justere og videreutvikle virksomhetsuniverset over tid.

Denne tilnærmingen sikrer at virksomhetsuniverset er metodisk konsistent, samtidig som det forblir dynamisk og forankret i faktisk synlighet og relevans i målgruppen. Utvalget reflekterer dermed ikke virksomhetenes størrelse eller generelle kjennskap i befolkningen, men deres faktiske tilstedeværelse i de miljøene der vurderingene foretas.

Dette bidrar til at Universum Reputation Index bygger på reelle oppfatninger blant respondenter med faktisk kjennskap til virksomhetene, og ikke på antakelser eller manglende kunnskap.

8. Hvorfor er URI relevant for HR, kommunikasjon og ledelse?

I mange virksomheter oppleves Employer Branding og attraktivitet som strategisk viktig, men ofte forankret langt nede i organisasjonen. Omdømme, derimot, er et begrep som oftere engasjerer kommunikasjon, toppledelse og styre.

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
-

9. Videre publisering og dialog

Resultatene fra **Universum Reputation Index (URI)** publiseres i *Kampanje 4. februar*. Universum Reputation Index er utviklet som et langsiktig rammeverk for å forstå hvordan virksomheter vurderes av den fremvoksende informerte offentligheten. Indeksen er ment å gi grunnlag for refleksjon, innsikt og strategisk dialog, både internt i virksomheter og på tvers av fagmiljøer.

For virksomheter som inngår blant de **175 evaluerte**, tilbyr Universum tilgang til eget datagrunnlag i form av en **strukturet workshop**. Workshopen belyser sentrale funn, utviklingstrekk og virksomhetens omdømme i kontekst av relevante konkurrenter og sektor, og er ment å støtte strategisk arbeid innen omdømme, kommunikasjon og Employer Branding.

10. Universum Reputation Index – kort forklart

- Universum Reputation Index (URI) måler hvordan norske virksomheter oppfattes av den fremvoksende informerte offentligheten – morgendagens ledere og beslutningstagere.

- Omdømmet vurderes gjennom seks likeverdige omdømmedrivere: ledelse, bærekraft, innovasjon, produkter og tjenester, markedssuksess og formål.
- Kun virksomheter med tilstrekkelig kjennskap inngår i rangeringene, for å sikre sammenlignbare resultater.
- URI er utviklet for å gi ledelse, kommunikasjon og HR et felles strategisk språk for å forstå sammenhengen mellom omdømme og attraktivitet.

For spørsmål om metode, resultater eller hvordan innsikten kan settes i kontekst for egen virksomhet, ta kontakt: **Carlo Duraturo**. Country Manager, Universum Norge. carlo.duraturo@universumglobal.com
