

## **Kommunikatørens læserundersøgelse 2009**

### **- Præsentation af resultater**

**December 2009**

Dansk Kommunikationsforening har gennemført læserundersøgelsen i 2009. 403 medlemmerne har svaret på undersøgelsen. Undersøgelsen viser

- De fleste af Kommunikatørens succeskriterier er opfyldt. Kommunikatøren opfattes som et troværdigt, relevant, aktuelt, brugbart og velskrevet blad – men der er brug for at arbejde mere med at komme på forkant med udviklingen og med at åbne Kommunikatøren op for et bredere forum
- Kommunikatøren er et individuelt værktøj til bred orientering og inspiration - med gemmeværdi
- Mange læser meget – tre ud af fire læser mere end 25 % af Kommunikatøren i gennemsnit
- Der er læsere til alt stof. Størst interesse for strategisk kommunikation, nye medier, trends, intern kommunikation og krisekommunikation, mindst interesse for investorrelations og klimakommunikation
- Læsernes prioritering af fremtidens indsats – der er brug for øget indsats for praktiske værktøjer og analyser.
- Flest er tilfredse – men der er plads til forbedringer
- Mange kilder til bred orientering og udvikling – kommunikationsforum og Kommunikatøren og [www.kommunikationsforening.dk](http://www.kommunikationsforening.dk) er foretrukne specifikke kilder

#### **Om undersøgelsesdeltagerne**

- 55 % kvinder og 42 % mænd
- 55 % er mellem 35 og 49 år, 25 % mellem 25 og 34, 15 % er over 50
- 26 % cand.mag., 23 % anden kandidatuddannelse, 18 % cand.comm., 15 % journalist
- 31 % privat ansat; 25 % offentlig ansat, 17 % konsulentvirksomhed, 14 % organisation, 5 % studerende, 3% finansielle sektor, 3% ledig
- 56 % medarbejder/konsulenter, 35 % ledere, 5 % student /praktikant
- 75 % Hovedstaden, 9 % Midtjylland, 6 % Sjælland og Syddanmark, 2 % Nordjylland
- Foretrukne avis: 35 % Politiken, 28 % Berlingske Tidende, 10 % Jyllands-Posten, 10 % Weekendavisen, 9 % Børsen, 4 % Information, 1 % MetroXpress og 1 % Urban

#### **Status for Kommunikatørens succeskriterier**

Kommunikatøren er relevant, aktuelt, troværdig, brugbar og et velskrevet og homogent blad – men der er brug for at arbejde mere med at komme på forkant med udviklingen og med at åbne Kommunikatøren op for et bredere forum.

- 90 % - artiklerne i meget høj, høj, eller nogen grad troværdige – 2 % - ringe grad
- 88 % - artiklerne er relevante – 5 % ikke
- 86 % - artiklerne er aktuelle – 6 % ringe grad
- 82 % - sproget er godt – 11 % mindre godt
- 76 % - artiklerne brugbare – 17 % ringe grad
- 75 % - bladet er homogent – 15 % i ringe omfang
- 67 % - bladet er på forkant med udviklingen – 35 % i ringe grad
- 63 % - bladet har et godt layout – 30 % mindre godt
- 46 % - Kommunikatøren er åbent – 35 % i ringe grad åbent for videndeling

Læsernes vurdering er på de fleste punkter lidt bedre, end redaktionens mål om at 90% af læserne skal finde bladet troværdigt og at 75 % af læserne skal give en positiv bedømmelse af alle andre succeskriterier. Men Kommunikatøren er ikke nyskabende og åbent nok. I forhold til 2002 er der flere positive vurderinger.

## **Et individuelt redskab til orientering og inspiration – med gemmeværdi**

- 76 % bruger bladet til at orientere sig bredt om, hvad der sker i faget
- 67 % får inspiration til deres arbejde
- 54 % er i meget høj grad, i høj grad eller nogen grad enig i, at Kommunikatøren har gemmeværdi
- 37 % diskuterer bladet med kolleger
- 7 % skriver i Kommunikatøren

## **Mange læser meget**

- 14 % læser 75 – 100 % af Kommunikatøren i gennemsnit
- 31 % læser 50 – 74 %
- 28 % læser 25 – 49 %
- 24 % læser under 24 %

## **Læsernes interesse**

Der er læsere til ALLE stofområder.

- Størst interesse for strategisk kommunikation, presse, nye medier, trend og intern kommunikation
- Mindst interesse for investor relations, klimakommunikation, HR, international kommunikation og markedsføring

## **Læsernes prioritering af fremtidens indsats**

Deltagerne prioriterer forskellige typer af artikler fra temaer, værktøjer, teorier og forskning til boganmeldelser, analyser og baggrundsstof på hjemmesiden.

- Høj prioritet til praktiske værktøjer, cases og historier om praksis og temaer
- Lav prioritet til interview/vox pop, nyt om personer og organisationer, underholdende vinkler på faget
- Mest tilfredse med temaer, cases, boganmeldelser og navnestof
- Mindst tilfredse med underholdning og værktøj

Læsernes prioriterer, at redaktionen skal lægge mere vægt på værktøjer og analyser. Der er bedst match mellem ønsker til og oplevelser af temaer og cases.

## **De fleste er tilfredse – men der er plads til forbedringer**

- 5 % er meget tilfredse
- 45 % er tilfredse
- 35 % svarer hverken eller
- 13 % er utilfredse
- 1 % er meget utilfreds

Læserne er mindre tilfredse end Kommunikatørens mål om, at 75 % skal være godt eller meget godt tilfredse. Samlet set er tilfredshedsgraden faldet i forhold til 2002.

## **Mange kilder til udvikling i faget**

Deltagerne i undersøgelsen bruger mange forskellige kilder til at orientere sig om udviklingen i faget og branchen.

- Flest orienterer sig bredt via opgaver og kolleger, websider, bøger og blade og netværk
- Flest orienterer sig specifikt hos Kommunikationsforum, i Kommunikatøren og på [www.kommunikationsforening.dk](http://www.kommunikationsforening.dk)
- Færrest følger udviklingen hos Kommunikation og Sprog, DJØF, Dansk Magisterforening og Dansk Journalistforbund.