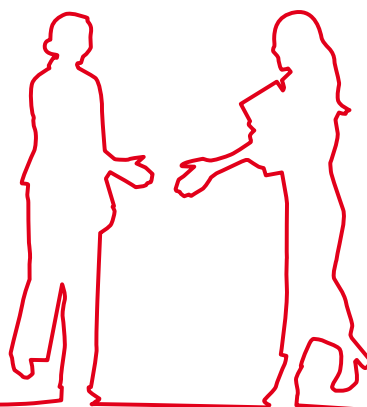

Kommunikatören 2009



Innehållsförteckning

| | |
|--|-----------|
| Kommunikatörerna trotsar krisen | 3 |
| Om Hammer & Hanborg | 3 |
| Sammanfattning | 4 |
| Bakgrund & Syfte | 5 |
| Målgrupp | 5 |
| Upplägg & Genomförande | 5 |
| Svarsfrekvens | 5 |
| Resultatredovisning | 7 |
| | |
| Undersökningens resultat | |
| 1 Nuvarande arbetssituation | 7 |
| 1.1 Hur många jobb inom kommunikationsbranschen har du haft de senaste 5 åren? | 7 |
| 1.2 Vilken/vilka anställningsform/-er har du idag? | 8 |
| 1.3 Vilken befattning har du idag? | 8 |
| 1.4 Sitter du i ledningsgruppen på det företag du arbetar på? | 9 |
| 1.5 Inom vilken sektor arbetar du idag? | 9 |
| 1.6 Vilken är din yrkesidentitet? | 10 |
| 1.7 Hur länge har du haft det jobb/arbetsgivare/uppdragsgivare du har idag? | 10 |
| 1.8 Hur fick du det jobb du har idag? | 11 |
| 1.9 Vad fick dig att byta jobb senast? | 12 |
| 1.10 Hur upplever du idag ditt senaste byte av arbetsplats? | 12 |
| 1.11 Tycker du att det ställs högre krav på dig som kommunikator idag om du jämför med de krav som ställdes för 5 år sedan? | 13 |
| 1.11.1 På vilket sätt tycker du att kraven som ställs idag har blivit högre? | 13 |
| | |
| 2 Yrkesutveckling | 14 |
| 2.1 Skulle du vilja byta jobb inom det närmaste året? | 14 |
| 2.1.1 Är du aktivt arbetsökande eller öppen för förslag? | 14 |
| 2.1.2 Vad är huvudorsaken till att du vill byta jobb inom det närmaste året? | 15 |
| 2.1.3 Varför vill du söka dig bort från din nuvarande arbetsplats? | 16 |
| 2.1.4 Vad prioriterar du när du söker en ny tjänst? | 17 |
| 2.2 Hur många jobb har du sökt det senaste året? | 18 |
| 2.3 Har du under det senaste året blivit tillfrågad om en tjänst utan att du själv har sökt den? I så fall, hur många gånger? | 18 |
| 2.4 Tvekar du att byta jobb under en lågkonjunktur och därmed bli sist in? | 19 |
| 2.5 Vad karaktäriserar en attraktiv arbetsgivare för dig? | 20 |
| 2.6 Kan du tänka dig en annan anställning än fast anställning? | 21 |
| 2.7 Vilka tycker du är fördelarna med annan anställning än fast anställning? | 22 |
| 2.8 Varför kan du inte tänka dig en annan anställningsform än en fast anställning? | 23 |
| 2.9 Vilken/vilka kanaler/vägar anser du vara bäst för att hitta ett nytt jobb? | 24 |
| 2.10 Har du någon gång blivit anställd via ett socialt nätverk, t. ex. Facebook? | 25 |
| 2.10.1 Vilka fördelar/nackdelar med att bli anställd via ett socialt nätverk har du själv upplevt? | 25 |
| 2.11 Vilket företag var bäst på kommunikation inom den privata sektorn under 2008? | 27 |
| 2.12 Vilken offentlig verksamhet eller organisation var bäst på kommunikation under 2008? | 28 |
| 2.13 Vilken organisation, företag eller person som drabbats av krisen 2008 tycker du har hanterat kommunikationen kring den på bästa sätt? | 29 |
| 2.13.1 På vilket sätt har kommunikationen hanterats bra? | 30 |
| 2.14 Kommunikatörens roll och arbetsuppgifter utvecklas allt snabbare. Vad tror du kommer att påverka yrkesrollen på 5–10 års sikt och på vilket sätt? | 30 |
| | |
| 3 Bakgrund | 31 |
| 3.1 Är du man eller kvinna? | 31 |
| 3.2 Hur gammal är du? | 31 |
| 3.3 Vilket postnummerområde bor du i? | 32 |
| 3.4 Vilken är din högsta slutförda utbildning? | 32 |

Kommunikatörerna trotsar krisen

När undersökningen Kommunikatören genomfördes för femte gången var det mitt under brinnande finanskris. Stora anrika företag gick omkull, börserna befann sig i fritt fall och regeringar världen över arbetade febrilt med att få fram krispaket och räddningsaktioner. Att i det läget fokusera en fördjupande del kring hur detta påverkar branschen var lika självklart som resultatet överraskande.

Trots en omvärld i gungning är Sveriges kommunikatörer mycket positiva i sin beskrivning av de möjligheter och förutsättningar som råder för branschen. Framtidsstron är också den god och hela 63% är beredda att lämna det nuvarande arbetet för att söka nya utvecklande utmaningar. Precis som tidigare år är intresset av att utvecklas i sin yrkesroll en mycket stark drivkraft. Vi ser också en tydlig öppenhet inför att arbeta i projekt eller i tidsbegränsade uppdrag om arbetsuppgifterna är stimulerande och utmanande.

Vi sökte också svar på vilka företag och organisationer som varit bäst på att arbeta med kommunikation under krisen och på vilket sätt deras arbete varit bra. Även här målas en samstämmig bild upp av vad som är avgörande för att lyckas med sin kriskommunikation. Det handlar om att vara modig och berätta om situationens allvar, att vara rak, enkel, tydlig och konsekvent. För att klara det är det också tydligt att det måste finnas en tydlig strategi som styr vad som görs för att det ska gå att undvika att uppfattas som oärlig och drabbad av panik.

De som med stor marginal utpekats som allra bäst på detta är Alliansen och för dem finns det också en ytterligare parameter som varit mycket viktig. Förmågan att ställa tydliga krav på sin omvärld. Bland de övriga toppnoterade återfinns våra biltillverkare och banker, och då framförallt Volvo som konsekvent vidhållit och kommunicerat en stark tro på företaget och dess möjligheter.

För oss på Hammer & Hanborg är Kommunikatören 2009 en mycket positiv bekräftelse på att kommunikatörerna fortsätter utvecklas mot att bli allt mer kompetent och viktiga för uppdragsgivarnas framgång. Den stärks också ytterligare av att vi som företag fortsätter att växa och vara lönsamma trots en svårt drabbad omvärld.

Slutsatsen blir alltså glädjande nog att kommunikatörerna står emot krisen på ett bra sätt år 2009 inte är i kris.

Om detta och mycket mera kan du läsa i Kommunikatören 2009.

Mycket nöje!

Christina Hammer & Åsa Falkman

Om Hammer & Hanborg

Hammer & Hanborg är Sveriges ledande rekryteringsföretag inom kommunikation, information och marknadsföring. Vi har blivit det genom att våga vara annorlunda och alltid jobba hårt för våra uppdragsgivare, oavsett om de söker jobb eller vill rekrytera. Vi arbetar för att vara en röd tråd

genom hela yrkeskarriären – från student till specialist och executive. Hammer & Hanborg startade 1994 och finns idag i Stockholm, Göteborg, Malmö och Oslo.

www.hammerhanborg.com

Sammanfattning

Kommunikatören 2009 baseras på en webbenkät som skickats till samtliga kommunikatörer som ligger i Hammer & Hanborgs kontaktnät. I år har hela 3 152 personer svarat och det är nytt rekord. Syftet med undersökningen har historiskt varit att kartlägga hur kommunikatörerna ser på sin nuvarande arbetsituation, vad som är viktigt när de söker nya arbeten samt hur de ser på den framtida arbetsituationen. Med tanke på den finanskris som världen har levt med under det senaste året har vi i årets undersökning lagt till dimensionen konjunkturläge. Respondenterna har fått svara på frågor dels om hur de själva tänker kring sin arbetsituation i en lågkonjunktur, men även på frågor om vilka företag de anser är duktiga på kommunikation i ett krisläge.

Om respondenterna

73% av respondenterna är kvinnor, lika många är mellan 31–50 år och två tredjedelar bor i Storstockholm. 78% arbetar inom privat sektor och de är i sin yrkesidentitet något ojämnt fördelade mellan informatörer (26%), kommunikatörer (40%) och marknadsförare (37%). Mer än 8 av 10 har en slutförd högskoleutbildning.

Platsannonser på Internet går om privata kontakter – en frukt av ökat ansvar?

Respondenterna har i genomsnitt haft 2,09 jobb under de senaste fem åren och en dryg fjärdedel har varit hos sin nuvarande arbetsgivare mindre än ett år. När respondenterna fick ange hur de fick sitt senaste jobb så svarade 16% privata kontakter, medan platsannonser på Internet fick 21% av rösterna. Rekryteringsföretag kom på en tredje plats, även de med 16% av respondenterna.

Detta är en långsam förändring där drygt en fjärdedel av respondenterna 2007 angav privata kontakter som det sätt vilket de fick sitt senast jobb på. Då var det alternativet i en särställning. 2008 föll det till 18% och låg ungefär lika med platsannonser på Internet. Nästa år har nog även rekryteringsföretag gått om. Respondenterna uppger på andra frågor hur kraven på deras arbete har blivit högre i takt med ökat mediebrus, mer lättroligt medielandskap och ökad mätbarhet. Har detta påverkat även anställningsprocessen så att företagen nu i högre utsträckning går genom en anställnings-/rekryteringsprocess för att kunna anställa den bästa sökanden istället för att "bara" lita på rekommendation?

Lågkonjunkturen har inte så stor inläsningseffekt

Cirka 7 av 10 respondenter svarar "Nej" på frågan om de tvekar att byta jobb under en lågkonjunktur när de därmed blir "sist in". Orsaken till detta är att konjunkturläget bara är en faktor av många och definitivt inte den viktigaste. Att byta jobb innebär ändå alltid en risk. Även de som svarat "Ja" på frågan helgarderar i stor utsträckning sitt svar med att det ändå beror på vilket jobb man har och vilket jobberbjudande man får. Rätt jobb är alltid intressant.

Jobbansökningarna och jobberbjudandena blir färre

Respondenterna har i genomsnitt sökt 6,3 jobb under det senaste året, en minskning från förra årets 6,5. Det är även en minskning i att 59% av respondenterna under det senaste året blivit tillfrågade för en tjänst utan att ha sökt den. Förra året var motsvarande siffra 65%.

Anställningsformen påverkas inte av lågkonjunkturen

Mer än 6 av 10 svarar i undersökningen att de kan tänka sig annan anställningsform än fast anställning därför att det då ges fler möjligheter att prova på olika branscher och bredda sin kompetens samt att det ger ökad flexibilitet och frihet. De knappa 40% som inte vill ha något annat än tillsvidareanställning vill ha det främst för att behålla en ekonomisk trygghet men även för att de då i högre utsträckning känner sig som en del av företaget. Inget av de här svaren har i någon högre utsträckning påverkats av finanskrisen, vilket är i linje med svaren på frågan om de kan tänka sig att byta jobb under lågkonjunktur. Det är helt enkelt andra faktorer som är viktigare.

IKEA och ICA behåller tätpositionerna inom kommunikation i privat sektor

För tredje året i rad är IKEA, ICA och H&M ledande i privat sektor. Telekombranschen är nu återigen mer välrepresenterad på listan efter ett års frånvaro. Fritidsresor fortsätter att tappa mark och Facebook är nu ersatt av Spotify.

Politiken är tillbaka när det gäller kommunikation från offentlig verksamhet eller organisation. Valåret 2006 var politiken högtintressant vilket den verkar vara även i lågkonjunktur. Det är dock enbart Regeringen och dess företrädare som har fått plats på listan med en dryg tredjedel av alla röster. Oppositionens politiska kommunikation har bara fått någon handfull röster. Skatteverket innehar dock fortfarande förstaplatsen på listan och på 6:e plats kommer den första hjälppositionen – Rädda Barnen.

Ärlighet viktigt i kriskommunikation

Den bästa kommunikationen i ett krisläge anser respondenterna görs av Regeringen även där. Anders Borg och Maud Olofsson får som enskilda personer många röster. Även de svenska fordonsföretagen och bankerna är välrepresenterade på listan. Gemensamt för de alternativ som har fått många svar är att motiveringarna oftast handlar om att kommunikationen har känts rakryggad och ärlig, och att det är vad som gör kommunikationen särskilt bra.

Sammantaget är det alltså Alliansen som samlar i särklass flest röster. Detta kan också ses som kontrast till oppositionen som inte fått en enda röst.

Bakgrund och Syfte

Hammer & Hanborg är ett rekryteringsföretag specialiserat inom kommunikation, information och marknadsföring som både hyr ut personal och genomför rekryteringsuppdrag. Företaget har funnits sedan 1994 och detta är femte gången som en stor kandidatundersökning genomförs. De tidigare har genomförts 2004, 2006, 2007 och 2008.

Huvudsyftet med undersökningen är att kartlägga hur kandidaterna ser på sin nuvarande arbetssituation och vad som är viktigt för dem när de söker jobb. Utöver det ställs även

frågor om hur kraven förändras på arbetsmarknaden under de närmaste åren och hur det kommer att påverka dem. I årets undersökning har ett särskilt fokus riktats på hur kommunikatorerna påverkas av den nuvarande finanskrisen och lågkonjunkturen samt hur den påverkar deras framtida karriär. De har även fått svara på vem eller vilka de tycker har lyckats hantera kommunikationen kring krisen på bästa sätt.

Målgrupp

Målgrupp för studien är samtliga kandidater som finns i Hammer & Hanborgs kontaktnät. Detta innehåller 18 336

personer, som själva har registrerat sina uppgifter sedan företaget startade 1994.

Upplägg och genomförande

Den 3 mars skickades enkäten via e-post till medlemmarna i kontaktnätet.

Två påminnelser gick ut till dem som inte svarat på första utskicket. De skickades den 10 mars och den 17 mars. Den 28 mars stängdes enkäten.

Totalt bestod enkäten av ca 40 frågor. Det var dock få som fick alla frågor, en stor del var som följdfrågor beroende på vilka svar som tidigare avgivits.

Svarsfrekvens

Enkäten skickades ut till 18 336 personer med e-postadress. 4 875 av dessa var ej kontaktbara vilket reducerar nettourvalet till 13 461 personer. Enkäten besvarades av 3 152 personer

(Svarsfrekvens: 23,4%) varav ungefär 92% hade besvarat hela undersökningen.

Resultatredovisning

Resultaten redovisas med totalsiffror samt med uppdelning på nedanstående undergrupper i de fall där stora skillnader återfinns mellan grupperna. Fördelningen inom grupperna

har inte förändrats speciellt mycket sedan 2008, förutom att andelen som kan tänka sig annan anställning än fast anställning är något högre i årets undersökning.

| | | Respondenter | |
|---|------------------------|--------------|---------|
| | | Antal | Procent |
| Samtliga | | 3 152 | 100% |
| Kön | Män | 847 | 27% |
| | Kvinnor | 2 281 | 73% |
| Ålder | 20–30 | 526 | 17% |
| | 31–40 | 1 337 | 43% |
| | 41–50 | 947 | 30% |
| | 51–60 | 293 | 9% |
| | 61 år eller äldre | 41 | 1% |
| Arbetar inom | Privat sektor | 2 177 | 78% |
| | Offentlig sektor | 607 | 22% |
| Yrkesidentitet | Informatör | 733 | 26% |
| | Kommunikatör | 1 157 | 40% |
| | Marknadsförare | 1 062 | 37% |
| Postnummerområde | 10–19 | 2 131 | 68% |
| | 20–29 | 321 | 10% |
| | 30–39 | 52 | 2% |
| | 40–57 | 394 | 13% |
| | 58–62 | 36 | 1% |
| | 63–81 | 175 | 6% |
| | 82–98 | 30 | 1% |
| Kan tänka sig annan anställning än fast | Ja | 1 946 | 64% |
| | Nej | 1 095 | 36% |
| Anställningsform idag | Tillsvidareanställning | 2 041 | 66% |
| | Tidsbegränsad | 431 | 14% |
| | Egen företagare | 492 | 16% |
| | Arbetssökande | 361 | 12% |
| | Studerande | 89 | 3% |
| Skulle vilja byta jobb inom det närmaste året | Ja | 1 716 | 63% |
| | Nej | 1 028 | 37% |

Undersökningens resultat

1 Nuvarande arbetssituation

1.1 Hur många jobb inom kommunikationsbranschen har du haft de senaste 5 åren?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|-------------------|-------------|-------------|-------------|
| 0 | 7% | 8% | 7% |
| 1 | 26% | 26% | 26% |
| 2 | 36% | 36% | 36% |
| 3 | 20% | 20% | 20% |
| 4 | 5% | 5% | 5% |
| 5 | 2% | 3% | 2% |
| 6 eller fler | 3% | 3% | 3% |
| Medelantal | 2,09 | 2,09 | 2,09 |

8 av 10 respondenter har haft mellan 1–3 jobb inom kommunikationsbranschen de senaste fem åren, precis som resultatet föregående år. Det är ingen skillnad mellan kvinnor och män, varken i medelvärde eller i fördelningen mellan antalet jobb. Sett till åldrar så har den yngsta gruppen (naturligt) ett lägre medelvärde, men det har även den äldsta gruppen (1,96). De mellan 31–40 har haft 2,18 jobb och 41–50-åringarna har haft 2,11 jobb. I tabellen ovan är även resultaten för studerande och arbetslösa medräknade, vilket förklarar att medelvärdet är lägre ovan än när det fördelas ut på olika grupper.

De som arbetar inom offentlig sektor har ett högre medelvärde (2,24) än privat sektor (2,11). Boende i stockholmsområdet (postnummer 10–19) har ett högre medelvärde (2,14) än övriga landet.

Kan man tänka sig en annan anställning än fast ökar också genomsnittet – upp till 2,17, jämfört med 1,96 för de som bara kan tänka sig fast anställning. Det stämmer relativt väl överens med de som idag har en tillsvidareanställning (2,03). De som har en tidsbegränsad anställning har i genomsnitt haft 2,43 jobb, och det är bara egna företagare som har ett högre medelvärde med sina 2,49. Precis som i de senaste årens undersökningar är medelvärdet högre bland de som **INTE** vill byta jobb inom det närmaste året (2,3 jämfört med 2,04 bland de som vill byta). Detta tyder på att de som inte vill byta jobb nyligen har varit inne i en jobbytarperiod och nu känner att de vill stanna kvar minst ett år på sitt nuvarande arbete.

1.2 Vilken/vilka anställningsform/-er har du idag?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|--|------|-----|---------|
| Tillsvidareanställning (Fast) | 66% | 64% | 67% |
| Tidsbegränsad anställning (Vikariat, Projekt etc.) | 14% | 11% | 15% |
| Egen företagare | 16% | 25% | 12% |
| Arbetssökande | 12% | 12% | 11% |
| Studerande | 3% | 2% | 3% |

Ungefär två tredjedelar av respondenterna har idag en tillsvidareanställning. Det ligger i linje med förra årets resultat. Kvinnor har i något högre utsträckning en tillsvidareanställning och männen är även 2009 i dubbelt så hög utsträckning egna företagare. Andelen arbetssökande uppgår till 12%, en ökning från 2008 års 10% i genomsnitt.

De yngsta respondenterna har i högst utsträckning tidsbegränsade anställningar (26%) och det är bara i den äldsta gruppen (51+) som andelen tillsvidareanställda är lägre. I den gruppen motsvaras den låga andelen tillsvidareanställningar dock istället av en väldigt hög andel (38%) egna företagare. För att gå tillbaka till de yngsta så är det 5% av dem som är egna företagare och 12% som är studerande. Åldersgrupperna

däremellan är väl etablerade på arbetsmarknaden och har upp till 74% tillsvidareanställningar. Alla grupper ligger mellan ca 10–15% arbetssökande.

I den offentliga sektorn är tidsbegränsad anställning vanligt (27%) och i den privata sektorn är det eget företagande som sticker ut (20%).

I gruppen som kan tänka sig en annan anställningsform än tillsvidareanställning är det 20% som har en tidsbegränsad anställning och 23% som är egna företagare. Det är också 16% som är arbetssökande. Andelen egna företagare är något högre (20%) bland de som inte vill byta jobb under det närmsta året.

1.3 Vilken befattning har du idag?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|--|------|-----|---------|
| Specialist | 65% | 61% | 66% |
| Chef | 23% | 29% | 20% |
| Jobbar ej inom kommunikation/information/marknadsföring idag | 10% | 6% | 11% |
| Arbetssökande | 3% | 3% | 2% |
| Studerande | 3% | 2% | 3% |

65% av respondenterna arbetar idag som specialister, med en något högre andel bland kvinnor. Resultaten liknar föregående års undersökning, även bland andelen chefer, som även i år är högre bland män.

Som i 2008 års undersökning är andelen chefer högst bland de som ser sig som marknadsförare (31%) och lägst bland

informatörer (18%). En högre andel av de som arbetar inom privat sektor är chefer (25%) än bland de som arbetar inom offentlig sektor. Det är också en högre andel chefer bland tillsvidareanställda än i andra anställningsformer. Det är bara marginella skillnader i befattning baserat på att man vill byta jobb inom det närmsta året eller ej.

1.4 Sitter du i ledningsgruppen på det företag du arbetar på?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|-----|------|-----|---------|
| Ja | 25% | 38% | 21% |
| Nej | 75% | 63% | 79% |

Cirka en fjärdedel av respondenterna sitter idag i ledningsgruppen, vilket är i linje med resultatet från 2008. Det finns en klar snedfördelning mellan könen där det bland män är nästan 4 av 10 som sitter i ledningsgruppen, jämfört med drygt 2 av 10 bland kvinnorna.

Andelen som sitter i ledningsgruppen ökar med ålder, och de som arbetar i privat sektor är i något högre grad med i ledningsgruppen.

Bland de som kan tänka sig annan anställning än fast är en högre andel med i ledningsgruppen (nästan 3 av 10). Däremot är det de som idag har en fast anställning som i högst utsträckning faktiskt är med (exklusive egna företagare). De som inte vill byta jobb inom det närmsta året har även de en högre andel som är med i ledningsgruppen.

1.5 Inom vilken sektor arbetar du idag?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|------------------|------|-----|---------|
| Privat sektor | 78% | 80% | 77% |
| Offentlig sektor | 22% | 20% | 23% |

Precis som i föregående års undersökning arbetar det stora flertalet, nästan 8 av 10, inom den privata sektorn. Andelen är något högre bland män men det har skett en förändring jämfört med 2008 där män och kvinnor nu närmar sig varandra. Män går från 83% till 80% och kvinnorna går i motsatt riktning från 75% till 77%.

Uppdelat på yrkesidentitet finns det stora skillnader. 91% av marknadsförarna arbetar inom den privata sektorn, 79% av

kommunikatörerna men enbart 61% av informatörerna. Den privata sektorn är också stor (81%) bland de som bor inom postnummerområde 10–19 och lägre (drygt 60%) bland de som bor i postnummerområden på 58–98 och uppåt.

Den offentliga sektorn är relativt högre (38%) bland de som har en tidsbegränsad anställning.

1.6 Vilken är din yrkesidentitet?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|----------------|------|-----|---------|
| Informatör | 26% | 23% | 27% |
| Kommunikatör | 40% | 38% | 41% |
| Marknadsförare | 37% | 40% | 36% |
| Arbetsökande | 5% | 5% | 5% |
| Annat | 29% | 29% | 29% |

Yrkesidentiteterna är relativt jämnt fördelade mellan respondenterna, med en något lägre andel informatörer. Kvinnor och män är ungefär likadant fördelade, med en något högre andel informatörer bland kvinnorna.

Sett till åldrar sticker den yngsta gruppen (20–30 år) ut med att de har en lägre andel än de övriga åldersgrupperna oavsett om det gäller informatörer, kommunikatörer eller marknadsförare. De är däremot till 36% "Annat" och 10% arbetsökande. Andelen marknadsförare är klart högre i den privata sektorn och omvänt är andelen informatörer högre i den offentliga sektorn. I övrigt är skillnaderna små mellan de olika gruppuppdelningarna.

Det är även 3 av 10 respondenter som angett en annan yrkesidentitet. Det är en vid spridning av olika yrken, men många har en koppling till information/kommunikation/marknadsföring. Bland de yrken som har uppgetts återfinns olika chefsroller, konsulter, journalister, marknadsanalytiker, kommunikationsstrateger, informationsansvariga, olika grafiska arbeten, copywriters, pressechefer, pressekreterare, produktionsledare, projektledare, inköpare, säljare, affärsutvecklare samt redaktörer/webbredaktörer.

1.7 Hur länge har du haft det jobb/arbetsgivare/uppdragsgivare du har idag?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|-------------------|------|-----|---------|
| Mindre än 1 år | 28% | 28% | 28% |
| 1 år | 15% | 15% | 14% |
| 2 år | 19% | 18% | 19% |
| 3 år | 11% | 11% | 12% |
| 4 år | 6% | 7% | 6% |
| 5 år | 5% | 5% | 5% |
| 6 år eller längre | 16% | 16% | 17% |

Nästan 3 av 10 respondenter, har jobbat på sitt nuvarande arbete i mindre än ett år. Drygt 60% av respondenterna har jobbat max 2 år på sin nuvarande arbetsplats/hos sin nuvarande arbetsgivare/uppdragsgivare. Därefter sker det ett hopp till de som jobbat minst 6 år på sitt nuvarande arbete, vilket ca 16% har gjort. Fördelningen mellan män och kvinnor är i stort sett likadan, vilket är en förändring från 2008 då en något högre andel bland kvinnorna hade jobbat mindre än 1 år på sin nuvarande arbetsplats.

Gruppen som har jobbat 6 år eller längre på den nuvarande arbetsplatsen ökar med stigande ålder och är 27% bland de som är över 50 år. Det finns inga skillnader baserat på privat/offentlig sektor eller yrkesidentitet. Däremot de som kan tänka sig annan anställning än fast, samt de som idag har en tidsbegränsad anställning har en högre andel som har arbetat mindre än ett år på den nuvarande arbetsplatsen. Det samma gäller de som inte vill byta jobb inom det närmsta året. Alla dessa resultat ser i stort sett likadana ut som vid 2008 års undersökning.

1.8 Hur fick du det jobb du har idag?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|----------------------------------|------|-----|---------|
| Platsannonser/Internet | 21% | 17% | 23% |
| Privata kontakter | 16% | 17% | 16% |
| Rekryteringsföretag/Headhunter | 16% | 16% | 16% |
| Professionella kontakter | 14% | 17% | 13% |
| Internrekrytering | 10% | 8% | 11% |
| Platsannonser/Print | 7% | 7% | 7% |
| Spontanansökan | 4% | 3% | 4% |
| Arbetsförmedlingen | 2% | 2% | 2% |
| Sociala nätverk, t. ex. Facebook | 1% | 1% | 1% |
| Annat sätt | 9% | 12% | 8% |

Platsannonser på Internet befäster sin förstaplats som det sätt vilket högst andel av respondenterna uppger att de fått sitt senaste jobb genom. 2008 var det knappt högre än privata kontakter och åren innan dess hade privata kontakter en högre betydelse. Precis som tidigare är det dock kvinnorna som i högre utsträckning går via platsannonser på Internet och männen som förlitar sig till privata kontakter. Övriga kanaler ligger stabilt jämfört med 2008. Spontanansökan och Arbetsförmedlingen har fortfarande jumboplatser, med Facebook och liknande sociala nätverk på en fortsatt låg nivå från 2008. Bland de som har angett något annat sätt är det en stor del som startade företaget, och några som uppger att de fått sitt jobb genom Hammer & Hanborg. Andra beskriver en kombination av olika kanaler som ledde till att de fick jobbet.

Platsannonser på Internet och rekryteringsföretag har en klart högre betydelse i yngre åldersgrupper samtidigt som betydelsen av privata eller professionella kontakter stiger med åldern. Privata/professionella kontakter har även en högre betydelse i den privata sektorn än den offentliga.

Bland informatörerna har platsannonser på Internet en högre betydelse och bland marknadsförare är det privata kontakter som gäller. Det är även viktigt bland de som kan tänka sig annan anställning än fast. De som bara kan tänka sig fast anställning har i högre utsträckning fått sitt jobb via internrekrytering eller platsannonser (Internet eller print).

1.9 Vad fick dig att byta jobb senast?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|--|------|-----|---------|
| Jag ville söka mig bort från min dåvarande arbetsplats | 22% | 23% | 21% |
| Jag sökte nya utmaningar/erfarenheter i min karriär | 44% | 43% | 44% |
| Jag blev headhuntad till min nuvarande arbetsplats | 14% | 20% | 11% |
| Jag blev uppsagd från min dåvarande anställning | 11% | 13% | 10% |
| Jag hade en tidsbegränsad anställning som upphörde | 14% | 10% | 15% |
| Jag har aldrig bytt jobb | 3% | 3% | 3% |
| Annat | 8% | 6% | 9% |

Den största andelen av respondenterna bytte senast jobb för att de sökte sig till något nytt. En knapp fjärdedel bytte dock jobb för att de ville bort från den dåvarande arbetsplatsen. Det var även en fjärdedel som angav att de bytte jobb p.g.a. anledningar som de inte själva rådde över, som att de blev uppsagda eller hade en tidsbegränsad anställning som upphörde. Förutom att män i högre utsträckning blivit headhuntade uppvisar resultaten inga stora skillnader mellan kön. Bland åldrar är det vanligare bland yngre respondenter att de ville söka sig bort från sin dåvarande arbetsplats. De har även en lägre andel uppsägningar, men en högre andel

tidsbegränsade anställningar som upphört. De tidsbegränsade anställningarna är också en relativt sett vanligare orsak bland de som arbetar inom offentlig sektor, eller som informatörer.

2008 var det en stor andel (17%) som hade uppgivit någon annan orsak. Det visade sig då till stor del handla om just uppsägningar och tidsbegränsade anställningar. Då vi nu i 2009 års undersökning har kodat upp dessa alternativ i förväg har andelen annat minskat till 8%. De svaren handlar nu till stor del om att företaget gick i konkurs, omorganiserades eller att respondenten eller företaget flyttade.

1.10 Hur upplever du idag ditt senaste byte av arbetsplats?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|---|------|-----|---------|
| Det blev bättre än vad jag förväntade mig | 47% | 43% | 49% |
| Det blev ungefär som jag förväntade mig | 39% | 42% | 37% |
| Det blev sämre än vad jag förväntade mig | 14% | 15% | 14% |

Cirka 85% av respondenterna uppger att deras senaste byte blev som förväntat eller bättre än förväntat. 14% uppger att bytet blev sämre än de förväntade sig. Förändringarna från 2008 handlar om enstaka procentenheter och är därmed negligerbara. De som arbetar inom offentlig sektor, som kommunikatörer, som bara kan tänka sig fasta anställningar

samt de som är egna företagare är lite mer nöjda. Bland de som idag är arbetslösa är det hela 32% som uppger att det blev sämre än förväntat. Bland de som inte vill byta jobb inom det närmsta året är det 64% som tycker att det blev bättre än förväntat.

1.11 Tycker du att det ställs högre krav på dig som kommunikatör idag om du jämför med de krav som ställdes för 5 år sedan?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|-------------------------------|------|-----|---------|
| Ja | 49% | 49% | 48% |
| Nej | 21% | 26% | 19% |
| Jag har ännu inte jobbat 5 år | 17% | 14% | 18% |
| Vet ej | 14% | 12% | 14% |

Resultaten är i stort sett oförändrade sedan 2008. Cirka hälften av respondenterna tycker att kraven är högre idag än för fem år sedan. 18% har ännu inte hunnit jobba fem år. Andelen som tycker att kraven har blivit högre stiger med åldern. Bland de som är 50+ är det 58% som tycker att kraven har blivit högre.

Några grupper har en väldigt låg andel som anser att kraven har blivit högre, till exempel de som har tidsbegränsade anställningar. I den gruppen är det endast 38% som anser att kraven har blivit högre. Det värdet förklaras dock till en del av att det är 31% i den gruppen som ännu inte har hunnit jobba i fem år. Mönstret ser ut på samma sätt i bland annat den yngsta åldersgruppen och de som har angivit att de är studerande.

1.11.1 På vilket sätt tycker du att kraven som ställs idag har blivit högre?

Snabbare, större och mer tekniskt. Så går det att väldigt kort sammanfatta många av de svar som har kommit in på den här frågan. I och med den digitala frammarschen har medielandskapet växt och fortsätter att växa, det som gällde igår är långt ifrån aktuellt idag. Den snabba förändringen ger fler och fler kanaler samtidigt som tiden till arbetet har blivit knappare i och med att kommunikationen nu i stort sett sker i realtid. Allt blir dessutom mer mätbart vilket gör att det är lättare att sätta upp avkastningskrav på den kommunikation som görs.

Vidare beskriver många respondenter hur affärsutveckling och kommunikation idag är mer integrerat vilket ökar på förväntningarna på kommunikatörerna ytterligare. Ett bredare ansvar kräver en bredare kompetens och mer fokus på helheten.

Det är dock långt ifrån alla respondenter som ser alla dessa förändringar som något negativt. Tvärtom tycker de det är positivt att utmaningarna ökar och att deras arbete blir mer mätbart eftersom de då lättare kan visa betydelsen av deras arbete. För några har det dessutom inneburit att de idag är en självklar del av ledningsgruppen.

2 Yrkesutveckling

2.1 Skulle du vilja byta jobb inom det närmaste året?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|-----|------|-----|---------|
| Ja | 63% | 65% | 62% |
| Nej | 37% | 35% | 38% |

63% av respondenterna vill byta jobb inom det närmaste året, vilket är en marginell minskning från föregående års mätning (64%). Resultatet i 2007 års mätning var dock 70% så det ser ut som att respondenterna har blivit något mer måna om att hålla fast vid de jobb de har, eller att fler nu har ett jobb de inte vill byta bort. Det finns nästan inga skillnader

alls mellan grupperna. Geografiskt sett är det de som bor i postnummerområde 10–19 som är minst intresserade av att byta jobb (61%). Yrkesmässigt är det de som idag har en tidsbegränsad anställning som är mest intresserade (66%) och egna företagare som är minst intresserade (55%).

2.1.1 Är du aktivt arbetssökande eller öppen för förslag?

De som på frågan om de ville byta jobb inom det närmaste året svarade "Ja" fick även svara på frågan om de är aktivt arbetssökande eller öppen för förslag (1 702 respondenter).

| | Alla | Män | Kvinnor |
|--|------|-----|---------|
| Aktivt arbetssökande | 39% | 35% | 41% |
| Öppen för förslag (vill byta arbete men söker inte aktivt) | 61% | 65% | 59% |

Av de respondenter som vill byta jobb inom det närmaste året kategoriserade 4 av 10 sig själva som aktivt arbetssökande medan resten var öppen för förslag.

kan tänka sig annan anställning än fast (46% – ökning även i denna grupp) samt de som idag har en tidsbegränsad anställning (56%).

Det är inga stora skillnader mellan de olika grupperna. De mest påtagliga skillnaderna återfinns hos 20–30-åringar (51% aktivt arbetssökande – ökning från förra året), de som

2.1.2 Vad är huvudorsaken till att du vill byta jobb inom det närmaste året?

De som på frågan om de ville byta jobb inom det närmaste året svarade "Ja" fick även svara på frågan om de vad som är huvudorsaken till att de vill byta jobb (1697 respondenter).

| | Alla | Män | Kvinnor |
|---|------|-----|---------|
| Jag vill söka mig bort från min nuvarande arbetsplats | 14% | 14% | 14% |
| Jag söker nya utmaningar/erfarenheter i min karriär | 72% | 73% | 72% |
| Annat | 13% | 12% | 14% |

Drygt 7 av 10 respondenter vill byta jobb för att de söker nya erfarenheter/utmaningar. Resultaten är i stort sett oförändrade från förra året, förutom att det nu är jämnare bland könen då en något högre andel av kvinnorna än tidigare angett att de söker nya utmaningar/erfarenheter. Uppdelat på åldersgrupper är det de yngsta som i störst utsträckning söker sig bort från sin nuvarande arbetsplats (18%). Även de som inte kan tänka sig annan anställning än fast anställning, samt de som idag har en tillsvidareanställning har relativt

sett höga resultat på att de vill söka sig bort (16% respektive 17%). Bland de som har en tidsbegränsad anställning är det bara 10% som söker sig bort, vilket uppvägs av en hög andel "Annat"-svar (25%), som i stor utsträckning handlar om att den tidsbegränsade anställningen tar slut. Andra svar som kommit in på "Annat" handlar till stor del om kommande nedskärningar och uppsägningar som gör att respondenterna redan nu vill byta jobb.

2.1.3 Varför vill du söka dig bort från din nuvarande arbetsplats?

De som på frågan om vad huvudorsaken till deras önskan att byta jobb är svarade att de ville söka sig bort från sin nuvarande arbetsplats fick även svara på frågan om varför (239 respondenter).

| | Alla | Män | Kvinnor |
|--|------|-----|---------|
| Dålig chef | 45% | 41% | 47% |
| Jag upplever brist på personlig utveckling | 40% | 46% | 38% |
| Jag vill till en annan typ av organisation | 31% | 25% | 33% |
| Det är svårt att se vilka karriärmöjligheter som finns för mig | 26% | 28% | 25% |
| Jag har för låg lön | 22% | 25% | 21% |
| Det ställs orimliga krav | 20% | 15% | 22% |
| Företagets värdegrund | 18% | 15% | 19% |
| Har ingen möjlighet att påverka | 16% | 17% | 16% |
| Obalans mellan privatliv och arbete | 13% | 12% | 13% |
| Jag är osäker på hur företaget kommer att klara av lågkonjunkturen | 13% | 13% | 12% |
| Jag har för lite ansvar | 11% | 13% | 10% |
| Har ingen makt över budget | 4% | 7% | 3% |
| Det är för få internationella kontakter | 3% | 3% | 3% |
| Det är för många resor | 3% | 3% | 2% |
| Jag har för mycket ansvar | 1% | 0% | 2% |
| Arbetstiderna passar inte mig | 1% | 0% | 2% |
| Annat | 8% | 7% | 8% |

Den största anledningen är precis som 2008 att man idag har en chef som man inte trivs med eller upplever en brist på personlig utveckling. Först på femte plats kommer ekonomiska frågor upp. Andelen som uppger att de har för låg lön minskar dessutom från 28% till 22%. Det är i årets undersökning 20% som uppger att det ställs orimliga krav, en kraftig uppgång från förra årets 13%. Det är den största förändringen i resultatlistan och indikerar att arbetsklimatet har blivit svårare under lågkonjunkturen.

I årets undersökning hade vi dessutom ett nytt alternativ, ”Jag är osäker på hur företaget kommer att klara av lågkonjunkturen” som 13% av respondenterna angav.

Det finns några skillnader mellan könen. Män uppger i större utsträckning att de saknar personlig utveckling, medan kvinnor i högre utsträckning uppger att de har en dålig chef eller vill till en annan typ av organisation. Det är också kvinnor som i högre utsträckning uppger att kraven är orimliga.

För yngre respondenter är inte en dålig chef orsaken till att de vill söka sig bort från sin nuvarande arbetsplats. Snarare handlar det om en låg lön och att de inte ställer upp på företagets värdegrund.

2.1.4 Vad prioriterar du när du söker en ny tjänst?

De som på frågan om de ville byta jobb inom det närmaste året svarade ”Ja” fick även svara på frågan om vad de prioriterar när de söker en ny tjänst (1 702 respondenter).

| | Alla | Män | Kvinnor |
|--|------|-----|---------|
| Jag vill ha stimulerande arbetsuppgifter | 61% | 60% | 61% |
| Jag vill ha nya utmaningar | 47% | 49% | 47% |
| Jag vill ha högre lön | 30% | 33% | 29% |
| En bra chef | 28% | 20% | 31% |
| Jag vill ha en arbetsplats med bättre karriärmöjligheter | 22% | 20% | 23% |
| Jag vill ha möjlighet att ta mer ansvar | 18% | 19% | 18% |
| Större inflytande | 18% | 21% | 17% |
| Bättre balans mellan privatliv och arbete | 14% | 13% | 14% |
| En säker anställning/trygg arbetsgivare | 13% | 13% | 13% |
| Internationellt arbete | 11% | 13% | 10% |
| Jag vill ha en arbetsplats som ligger närmare mitt hem | 9% | 8% | 9% |
| Personalansvar | 7% | 9% | 6% |
| Jag vill ha arbetstider som passar mig bättre | 3% | 3% | 3% |
| Jag vill ha bättre övriga förmåner (exkl. lön) | 3% | 4% | 2% |
| Budgetansvar | 3% | 2% | 3% |
| Jag vill resa mer inom jobbet | 2% | 3% | 2% |
| Jag vill resa mindre inom jobbet | 1% | 1% | 1% |
| Jag vill inte behöva ta lika mycket ansvar | 0% | 0% | 0% |
| Annat | 4% | 3% | 5% |

En stor andel av respondenterna anger ”stimulerande arbetsuppgifter” eller ”nya utmaningar” som prioritet när de söker ny tjänst. Därefter kommer högre lön och bra chef. Att ta vidare kliv i karriären handlar de tre svaren därefter om: bättre karriärmöjligheter, möjlighet att ta mer ansvar samt större inflytande. Svaren är väldigt stabila från förra året, med undantag för att de vill ha högre lön, som sjunker från 37% till 30%. Dessutom introducerades ett nytt svarsalternativ (En säker anställning/trygg arbetsgivare) som angavs som skäl av 13% av respondenterna.

Högre lön är något viktigare för män medan en bra chef och bättre karriärmöjligheter är viktigare för kvinnor. Högre lön, bättre karriärmöjligheter och en säker anställning är viktigare ju yngre respondenten är. Högre lön är också en stor anledning bland de som jobbar i offentlig sektor. Även baserat på anställningsform finns det några skillnader där de som idag har en tidsbegränsad anställning i högre utsträckning vill ha stimulerande arbetsuppgifter (68%) och en säker anställning (28%). Bland egenföretagarna anger 57% nya utmaningar.

2.2 Hur många jobb har du sökt det senaste året?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|-------------------|-------------|-------------|-------------|
| Inget | 30% | 30% | 30% |
| 1 | 12% | 12% | 12% |
| 2-3 | 19% | 19% | 19% |
| 4-5 | 10% | 11% | 10% |
| 6-7 | 5% | 3% | 6% |
| 8-10 | 7% | 7% | 7% |
| 11-15 | 4% | 5% | 4% |
| 16-20 | 3% | 2% | 3% |
| 21-30 | 3% | 3% | 3% |
| Fler än 30 | 7% | 7% | 7% |
| Medelantal | 6,28 | 6,20 | 6,30 |

I genomsnitt har respondenterna sökt 6,3 jobb under det senaste året, med ett något lägre värde bland män. Det här är en tydlig skillnad från 2008, då det i genomsnitt hade sökts 6,5 jobb och upp närmare 6,6 bland män. Det som drar ned medelantalet är att andelen som inte har sökt något jobb alls går upp till 30%.

De yngsta respondenterna har dock fått söka fler jobb i årets undersökning, 10,04, att jämföra med 9,86 2008. För de andra ålderskategorierna sjunker därmed antalet. De som kan

tänka sig en annan anställning än fast har sökt 7,7 jobb, att jämföra med 3,7 för de som bara kan tänka sig fast anställning. De som idag har en tidsbegränsad anställning har sökt 11,23 jobb i genomsnitt, medan de som idag är arbetssökande har sökt 17,83 jobb. Noterbart är alltså att även de arbetsökande går ner i antal jobb de söker, från 18,39 2008.

2.3 Har du under det senaste året blivit tillfrågad för en tjänst utan att du själv har sökt den? I så fall, hur många gånger?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|-------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Nej | 41% | 35% | 44% |
| Ja, 1 gång | 30% | 30% | 30% |
| Ja, 2 gånger | 18% | 21% | 17% |
| Ja, 3 gånger | 7% | 10% | 6% |
| Ja, 4 gånger | 2% | 2% | 1% |
| Ja, 5 gånger eller fler | 2% | 3% | 2% |
| Medelantal | 1,06 | 1,23 | 1,00 |

Cirka 6 av 10 respondenter har under det senaste året blivit tillfrågade för en tjänst utan att ha sökt den, vilket är färre än i 2008 års undersökning. Det är fortfarande vanligare bland män än bland kvinnor, och det är vanligast att det har hänt 1 eller 2 gånger. Medelantalet bland respondenterna har fått

1,06 erbjudanden och bland de som faktiskt har blivit tillfrågade (dvs. de som inte har fått någon fråga räknas inte med i medelvärdet) är medelantalet 1,81 erbjudanden. Båda dessa värden är lägre än under 2008 vilket även detta är ett tecken på att arbetsmarknaden har blivit mer trögriplig.

2.4 Tvekar du att byta jobb under en lågkonjunktur och därmed bli sist in?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|-----|------|-----|---------|
| Ja | 31% | 24% | 33% |
| Nej | 69% | 76% | 67% |

Detta är en ny fråga för 2009 och visar att nästan en tredjedel av respondenterna tvekar att byta jobb under en lågkonjunktur. Andelen är något lägre bland män och minskar generellt i takt med stigande ålder. Allra högst är andelen bland de som bara kan tänka sig fast anställning (45%), bland de som idag har en tillsvidareanställning (37%) och bland de som inte vill byta jobb det närmsta året (35%). Detta torde vara en viktig orsak till att arbetsmarknaden blir mindre rörlig under perioder av lågkonjunktur.

Respondenterna uppmanades även att kommentera sitt svar på frågan, vilket 736 respondenter valde att göra.

174 av de som kommenterade sitt svar hade svarat "Ja". Svaren handlade bland annat om att man tvekar, men har inte så stort val om man har blivit uppsagd. Andra hävdade att det trots allt ändå handlade om vilken arbetsgivare det handlade om och att de skulle byta om rätt jobb dök upp. Andra respondenter gick mer på trygghet och sa att de tänker efter ytterligare några extra gånger just när det är lågkonjunktur.

Det kan vara ytterligare funderingar när det finns en familj som behöver försörjning, eller att respondenter som är 50+ inte vill ta den risken det innebär att byta jobb. Som en respondent uttrycker det: "Man vill inte lämna en bra/trygg tjänst för en eventuellt bättre tjänst där man ryker först om/när konjunkturen viker ännu mer".

562 respondenter som kommenterade sitt svar hade svarat "Nej". De som inte tvekade att byta jobb hade i första hand en av två olika anledningar. Antingen var de redan arbetslösa eller hade en tidsbegränsad anställning som skulle upphöra, alternativt såg de inget problem beroende på vilket jobb man gick från, eller till. Vissa branscher är mer okänsliga för konjunkturläge.

En annan anledning är vantrivsel på nuvarande arbetsplats. Enligt de respondenterna är det då enkelt att byta jobb oavsett konjunktur, det personliga välbefinnandet är viktigare än att ha ett tryggt jobb. Åter andra respondenter ser det alltid som en liten risk att byta jobb, oavsett konjunktur, där konjunkturläget aldrig får vara avgörande för beslutet. Det måste andra faktorer vara. Slutligen finns de mest positiva svaren som genom olika formuleringar kommunicerar att det alltid finns möjligheter. "Rädsla stoppar utveckling".

2.5 Vad karaktäriserar en attraktiv arbetsgivare för dig?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|---------------------------------------|------|-----|---------|
| En affärsidé som jag sympatiserar med | 58% | 59% | 58% |
| Karriärmöjligheter | 35% | 32% | 37% |
| Trygghet/Stabil organisation | 29% | 26% | 30% |
| Starkt varumärke | 26% | 28% | 25% |
| Affärsdrivande | 25% | 30% | 23% |
| Arbetar med integrerad kommunikation | 25% | 20% | 27% |
| Erkänt duktiga på kommunikation | 22% | 22% | 22% |
| Internationell verksamhet | 21% | 20% | 21% |
| Hög etik | 17% | 16% | 17% |
| Ett gott syfte/Ideell verksamhet | 12% | 10% | 13% |
| Publikt, stort medieintresse | 9% | 13% | 7% |
| Offentlig sektor | 2% | 3% | 2% |
| Annat | 6% | 6% | 6% |

För de flesta respondenterna är det viktigt att arbetsgivaren kan erbjuda en affärsidé som respondenten kan sympatisera med. Sedan är det ett ganska stort steg ned till övriga alternativ men det är tydligt att en attraktiv arbetsgivare är ett stort välkänt företag som arbetar med integrerad kommunikation och har en stabil organisation med klara karriärvägar. Just trygghet/stabil organisation är en av två svar som har förändrats jämfört med 2008 i och med ökningen på 2%. Den andra förändringen gäller "arbetar med integrerad kommunikation" som har tappat 2%. Resultaten är förhållandevis samstämmiga mellan män och kvinnor, med skillnaden att kvinnor i något högre grad attraheras av en stabil organisation med karriärmöjligheter där männen snarare uppskattar att arbetsgivaren är affärsdrivande och har ett starkt varumärke. Även dessa skillnader är jämförbara med tidigare års resultat.

Karriärmöjligheter samt att organisationen är trygg/stabil är viktigare ju yngre man är, medan äldre respondenter i högre grad uppskattar att arbetsgivaren är affärsdrivande och har en affärsidé de kan sympatisera med. Att de arbetar med integrerad kommunikation och har hög etik blir också viktigare i takt med stigande ålder. I den offentliga sektorn är ideell verksamhet (19%) viktigt medan det i det privata näringslivet är mer positivt med internationell verksamhet (23%) och att företaget är affärsdrivande (29%). Ideell verksamhet och en affärsidé de kan sympatisera med är också viktigare för de som kan tänka sig annan anställningsform än fast anställning. I den gruppen som däremot inte kan tänka sig något annat än fast anställning är det istället karriärmöjligheter, trygg/stabil organisation och ett starkt varumärke som får höga betyg.

2.6 Kan du tänka dig en annan anställning än fast anställning?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|-----|------|-----|---------|
| Ja | 64% | 69% | 62% |
| Nej | 36% | 31% | 38% |

Andelen som kan tänka sig andra anställningsformer stiger något från föregående års resultat (64% jämfört med 61%). Andelen är fortfarande något högre bland män än bland kvinnor. Förutom i den yngsta åldersgruppen så stiger andelen som kan tänka sig andra anställningsformer än fast anställning med åldern.

Uppdelat på vilken anställningsform respondenterna har idag så är det bara 48% av de som idag är tillsvidareanställda som kan tänka sig en annan anställningsform. Bland de som idag

har tidsbegränsad anställning kan 92% tänka sig det och motsvarande värden för egna företagare och studenter är 96% och 89%. Även arbetssökande kan tänka sig andra anställningsformer (89%). Alla grupper ökar sina resultat något jämfört med 2008.

2.7 Vilka tycker du är fördelarna med annan anställning än fast anställning?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|--|------|-----|---------|
| Frihet/Flexibilitet | 59% | 61% | 59% |
| Får prova på olika branscher | 42% | 36% | 45% |
| Breddar min kompetens | 42% | 38% | 43% |
| Kan bättre styra arbetstid och fritid | 27% | 29% | 26% |
| Möjlighet att arbeta i projekt | 21% | 16% | 23% |
| Större möjligheter att delta i förändrings- och utvecklingsprocesser | 20% | 21% | 19% |
| Kan tjäna mer pengar | 16% | 26% | 12% |
| Meriterande | 15% | 13% | 16% |
| Större utmaning | 14% | 16% | 14% |
| Konsultstatus | 6% | 7% | 5% |
| Annat | 6% | 5% | 6% |

Frågan hade 1897 respondenter, de som i frågan om de kunde tänka sig andra anställningsformer än fast anställning svarade "Ja". Jämfört med 2008 såg vi en ökning i andelen som kunde tänka sig andra anställningsformer än fast anställning. Vilka fördelar de anger är dock ungefär lika som föregående år. Det är dock noterbart att fördelen "kan tjäna mer pengar" går ned, samtidigt som "bredda min kompetens" går något upp.

Frihet och flexibilitet är dock fortsatt den överlägset viktigaste orsaken till att respondenterna kan tänka sig andra anställningsformer. Att de får prova på olika branscher och bredda sin kompetens är andra viktiga orsaker.

Att andra anställningsformer ger större möjligheter att styra över arbetstid och fritid är också en av de viktigaste orsakerna. De som trivs bäst med andra anställningsformer än tillsvidareanställning ser alltså snarare ut att vara de som söker större balans och flexibilitet mellan arbete och privatliv, samtidigt som de vill utveckla sig själva och prova nya branscher, istället för att vara de som planerar sina karriärsteg och motiveras av att tjäna pengar.

Uppdelat på de två personlighetstyperna ovan så fördelar de sig relativt jämnt över åldersgrupperna, med skillnaden att yngre respondenter kan se att det ger meriter och äldre respondenter i större utsträckning uppskattar att det ger större möjlighet att delta i förändrings- och utvecklingsprocesser. De som jobbar inom offentlig sektor uppskattar i större utsträckning att det ger en möjlighet att bredda sin kompetens genom att prova olika branscher, och bland de som jobbar i privat sektor har en högre andel uppgett att de största fördelarna med andra anställningsformer är en ökad flexibilitet och att man bättre kan styra över balansen mellan arbetstid och fritid.

De som idag har en fast anställning kan se fördelar i flexibilitet och möjlighet att styra bättre över arbetstid/fritid, medan de som idag har en tidsbegränsad anställning snarare ser fördelarna i att bredda sin kompetens och prova på olika branscher. Av de två är det dock de som idag är fast anställda som tydligt i högre utsträckning ser möjligheten att tjäna mer pengar som en av fördelarna. Egna företagare har framförallt höga värden på en ökad frihet, att de bättre kan styra över arbetstid och fritid samt att de kan tjäna mer pengar.

2.8 Varför kan du inte tänka dig en annan anställningsform än en fast?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|--|------|-----|---------|
| Ekonomisk trygghet (har familj, hus, lån, försörjningsplikt, fasta utgifter – behov av fast inkomst) | 77% | 76% | 77% |
| Vill vara en del av företaget | 44% | 43% | 44% |
| Otryggt/osäkert (vill ha säkerhet/trygghet istället för osäkerhet och stress) | 39% | 34% | 40% |
| Ej långsiktigt (kontinuitet viktigt – det är långsiktighet som gäller) | 29% | 36% | 26% |
| Vill inte hamna i vikariefacket/Vill inte söka nya jobb hela tiden | 26% | 22% | 27% |
| Har fast anställning idag, varför byta? (har vant mig vid det) | 24% | 30% | 22% |
| Har provat/Vill inte ha (trivdes inte, inte värt det, mycket arbete) | 9% | 10% | 8% |
| Åldern (hög ålder, risk att bli först ut, riskfyllt vid hög ålder, svårt att få nya jobb då) | 7% | 7% | 7% |
| Annat | 2% | 2% | 3% |

Frågan hade 1089 respondenter, de som i frågan om ifall de kunde tänka sig andra anställningsformer än fast anställning svarade "Nej".

Nästan 8 av 10 respondenter anger som viktigaste orsak den ekonomiska trygghet som en fast anställning medför. Den orsaken, tillsammans med "otryggt/osäkert", har i tidigare undersökningar visat på stora skillnader mellan män och kvinnor. Dessa skillnader är i stor utsträckning numera upptäna då männen nu tydligt närmar sig kvinnorna.

44% av respondenterna anger också som skäl att de vill känna sig som en del av företaget och upplever då att det blir svårt om man inte är tillsvidareanställd. Ungefär 3 av 10 respondenter tycker inte att det är tillräckligt långsiktigt om de inte är tillsvidareanställda och nästan lika många upplever att de skulle riskera att hamna i vikariefacket.

Ca 10% som säger att de har provat andra anställningsformer och därefter kommit fram till att de generellt inte trivts. Bland de som idag är tillsvidareanställda är den andelen 12%, en nedgång från 2008 års 16%.

I den yngsta åldersgruppen är det fler, 40%, som anger att de inte vill hamna i vikariefacket och också klart högre andel (57%) som ser det för otryggt/osäkert att inte vara fast anställd. Den ekonomiska tryggheten har högst andel svar bland 30–50-åringar, både bland yngre och äldre är andelen lägre.

2.9 Vilken/vilka kanaler/vägar anser du vara bäst för att hitta ett nytt jobb?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|---------------------------------|------|-----|---------|
| Professionella kontakter | 61% | 65% | 60% |
| Privata kontakter | 61% | 62% | 61% |
| Rekryteringsföretag/Headhunter | 56% | 55% | 57% |
| Platsannonser/Internet | 43% | 37% | 45% |
| Spontanansökan | 16% | 16% | 17% |
| Internrekrytering | 16% | 14% | 17% |
| Sociala nätverk, t.ex. Facebook | 7% | 7% | 6% |
| Arbetsförmedlingen | 6% | 6% | 6% |
| Platsannonser/Print | 5% | 6% | 5% |
| Annat | 1% | 2% | 1% |

Professionella kontakter fortsätter att öka och går från 45% via 59% och landar nu på 61% i årets undersökning. Lika viktigt är det med privata kontakter, som dock har gått ner från 73% för två år sedan. Förändringarna mellan 2008 och 2009 är generellt små, men mest intressanta bland de minst valda alternativen. Sociala nätverk har nu gått om både platsannonser/print och arbetsförmedlingen och har nu 7% av respondenterna.

Skillnaderna mellan könen är få, kvinnor anger i högre utsträckning platsannonser/Internet och internrekrytering som de bästa kanalerna för att hitta nytt jobb medan männen är mer intresserade av de professionella kontakterna. Internrekrytering och spontanansökan ligger högt i den yngsta åldersgruppen (22% respektive 24%) men de tror å andra sidan mindre på rekryteringsföretag än genomsnittet (41%). Övriga resultat ligger relativt jämnt mellan åldrarna, förutom att andelen som angett platsannonser/Internet sjunker med stigande ålder.

Platsannonser är mer intressant i den offentliga sektorn, oavsett om den är på Internet eller i print. Detsamma gäller de som inte kan tänka sig annan anställningsform än fast anställning, som dessutom i högre utsträckning tror på internrekrytering.

Egenföretagare tror på professionella kontakter (74%) och privata kontakter (67%) men är långt ifrån övertygade om platsannonser. De som kan tänka sig andra anställningsformer än fast anställning tror i större utsträckning på privata och/eller professionella kontakter, samt sociala nätverk.

Det är intressant att göra en kort jämförelse mot hur respondenterna faktiskt fick sitt senaste jobb. De flesta, 21%, fick sitt jobb genom platsannonser/Internet (svag ökning) medan privata kontakter kom på andra plats på 16% (minskning). Rekryteringsföretag och professionella kontakter kom på 3:e och 4:e plats med 16% respektive 14% (ökning för rekryteringsföretag). Utfallet visar att de professionella kontakterna kanske inte har lika stor betydelse som respondenterna vill tillskriva dem, men toppkvartetten är hur som helst densamma i de båda frågorna.

2.10 Har du någon gång blivit anställd via ett socialt nätverk, t.ex. Facebook?

De som svarade ”Sociala nätverk” på frågan om vilka kanaler/vägar de ansåg vara bäst för att hitta ett nytt jobb, fick även följdfrågan om det är något de själva har upplevt. 197 personer fick frågan, varav 20% svarade ”Ja”, vilket

motsvarar 39 personer. Basen är för liten för att dela upp på ytterligare nedbrytningar. Vi kan dock identifiera en trendmässig ökning eftersom det förra året bara var 13% som svarade ”Ja” på frågan (23 personer).

2.10.1 Vilka fördelar/nackdelar med att bli anställd via ett socialt nätverk har du själv upplevt?

Då det bara var ett fåtal personer som kunde svara på följdfrågan finns det plats att återge deras svar i sin helhet nedan och på följande sida.

Fördelarna handlar i stor utsträckning om att det går fortare och blir en snabbare process när du till stor del redan är känd som person via ditt nätverk.

Nackdelarna handlar om att kraven från arbetsgivaren kan bli större när man är anställd via rekommendation. Skulle det sedan visa sig inte fungera så kan den personliga kontakten bli lidande av detta.

| Fördelar | Nackdelar |
|--|--|
| Det går fortare och mer effektivt. | Högre förväntningar från arbetsgivaren. |
| Bättre access till företag/arbete som annans vore svårt att nå. | Högre krav på prestation. |
| Rekommendationer. | Kan ju bero på att man känner varandra och inte på kompetens alltså lite motsägelsefullt. |
| Anställd p.g.a. den man är och för det man presterat. | Du kan bli färgad av att du känner till företaget utanför din yrkesroll. |
| Att ha rätt kontaktperson redan i början vilket spar tid. | Inga. |
| Automatiskt har jag redan en referens genom att en person har rekommenderat mig. | Ser inga nackdelar med det, men det är klart att det kan bli friktion i nätverket om en relation inte håller. Men det var sant innan sociala nätverk nödvändigtvis syftade på digitala plattformar. |
| Avspänd initial relation med arbetsgivare. | Inget särskiljande. |
| De vet vem du är. Du vet vem de är. | Kommer inte på några. |
| Det är bra referenser. | Osäkert. |
| Det är en eller flera personer som förhoppningsvis känner dig och din kompetens väl. | Det kan vara att företaget kanske inte tar in rätt antal ansökan och man kan hamna fel i jobbet. Detta kan förhoppningsvis ordnas upp genom internutbildning eller omplacering om arbetsplatsen är stor nog. |
| Direkta kontakter med folk som jag känner eller som bekant till mig känner. | Kan påverka kontakten negativt om det skulle visa sig inte fungera. Varför man bör vara noga med vem man rekommenderar. |
| Du har en koppling till nätverket. | Inga särskilda. |
| De har en koppling till dig eller någon som känner dig. | Beror på vad du söker och är ute efter. Man får välja sina sätt att nätverka och vart man är aktiv. Att välja rätt forum för just din profil, att vara din egen pr-agent utåt och visa en proffsig och god sida är viktigt för framtida jobbsituationer. |

forts.

| Fördelar | Nackdelar |
|---|---|
| Mer fokus på att hitta rätt person mindre på att undervika hitta fel person. | Kanske inte alltid precis det man vill göra. |
| Du känner oftast någon på företaget och du har kännedom om hur och vad företaget arbetar med. | Till viss del samma som ovan, vilket även kan bli till att parternas kännedom begränsar istället för att utveckla. |
| Flexibilitet. | Kan bli fort och fel om en tjänst inte är utlyst och behovet/profilen för den man anställer inte matchar behovet. |
| Gemensamma bekanta har kunnat ge bra info om företaget. Går snabbt och smidigt. Inte lika många konkurrenter... | Om man SÖKER jobb via sociala nätverk kan det ju bli jobbigt. Pinsamt. |
| Inget särskiljande. | Jag kan sakna känslan av vitt blad som jag brukar ha på anställningar jag påbörjat utan något existernade nätverk på arbetsplatsen. |
| Jag är enda kandidat. | Inga. |
| Jobbar som egen och driver konsultverksamhet. Därför är ett socialt nätverk viktigt. Att ha kontakter som i sin tur har nätverk hjälper en mycket i arbetet. Har hittat flera möjligheter i mina nätverk och i övrigt socialt sammanhang. | Godtycklighet, man kan välja mig, men lika gärna en annan duktig person som råkar komma upp i minnet när man tänker på uppdragets art. |
| Kortare process. | Inga nackdelar vad jag vet. |
| Kännedom om parter = trygghet och parterna snabbare har kännedom kring varandras för och nackdelar, utvecklande möjligheter. | Trovärdigheten, svårt att veta med säkerhet hur seriös arbetsgivaren egentligen är, framför allt med kontaktet utomlands. |
| Lätt att få inside-information om jobb och verksamhet. | Personer vet ofta vem jag är, vad mina styrkor, svagheter är. |
| Man får nya intressanta förslag via kontakter och då brukar det vara folk som vet vem man är och vad man kan. | Oftast genom någon man känner och man är inte lika kritisk som man är annars. |
| Man har en social bas att stå på redan första dagen på jobbet. | Privatliv och arbetsflyter ihop. |
| Man har talat gott om mig innan och hänvisat till min kompetens och stil osv. Därigenom är banan krattad på ett annat sätt än om jag måste börja om från början och visa vem jag är. | Det gäller att leverera, jag har ett krav från den som har rekommenderat mig att verkligen göra mitt yttersta för att inte både svärta ner hans/hennes namn och mitt eget. |
| Många andra har redan berättat vem jag är och vad jag kan, på ett sätt som jag själv inte skulle kunnat göra. | Känner man någon för väl kan det ibland vara svårt att ha strikt professionella samarbeten. Kan vara svårare att t.ex. ta betalt om man är bekant/vän till uppdragsgivaren/kontaktpersonen. |
| Någon litar på mig och går i god för mig, hittar kanaler in på företag dit jag inte själv når. | Har inte upptävt några. Men jag kan tänka mig att det är en nackdel om man vill vara en lite hemlig person. |
| Oftast känner ditt nätverk till dina starka sidor och din kompetens. | Vet ej. |
| Personer vet ofta vem jag är, vad mina styrkor, svagheter är. | |
| Privatliv och arbetsliv flyter ihop. | |
| Redan känd. | |
| Snabb kontakt med Facebookgruppens avsändare som är avsändaren av eventuella annonser eller utskick med jobberbjudanden. | |
| Lätt att få frilansuppdrag från hela världen. | |
| Smart sätt att få internationella kontakter. | |
| Snabbt och smidigt. | |
| Starkare självkänsla. | |
| Större uppmärksamhet på just mig. | |
| Tips och insiderinfo som man får helt off the record. | |

2.11 Vilket företag var bäst på kommunikation inom den privata sektorn under 2008?

| | Alla |
|----------------------|------|
| 1 IKEA | 19% |
| 2 ICA | 11% |
| 3 H&M | 6% |
| 4 Tele2 | 5% |
| 5 Ericsson | 3% |
| 6 Telia | 2% |
| 7 Telenor | 2% |
| 8 Volvo | 2% |
| 9 Apple | 2% |
| 10 Arla | 1% |
| Fritidsresor | 1% |
| McDonalds | 1% |
| Vattenfall | 1% |
| Spotify | 1% |
| SAS | 1% |
| Tre (3) | 1% |
| AMF | 1% |
| Delicato | 1% |
| Ving | 1% |
| Företag med 2–9 svar | 23% |
| Företag med 1 svar | 14% |

Tabellen visar resultatet bland de som har gett ett svar med företagsnamn, 1 308 respondenter. Det är en ökning med ungefär 200 respondenter från 2008, vilket visar på ett större intresse än tidigare.

För tredje året i rad ligger IKEA, ICA och H&M i topp! De tre första företagen behåller sina positioner från föregående år. IKEA hade då 20%, ICA 12% och H&M 5% av rösterna. En nedåtgående trend under dessa år kan ses hos Fritidsresor som har tappat placeringar varje år från sin förstaplacering för tre år sedan med 27%.

Tele2 och Telenor är tillbaka på listan efter ett års frånvaro. Det gör telekombranschen välrepresenterad med alla fyra stora bolag. Spotify och Arla är nykomlingar på årets lista.

Några vi saknar från 2008 är Facebook, SAAB och SEB.

2.12 Vilken offentlig verksamhet eller organisation var bäst på kommunikation under 2008?

| | Alla |
|--------------------------|------|
| 1 Skatteverket | 12% |
| 2 Regeringen | 7% |
| 3 Apoteket | 6% |
| 4 Systembolaget | 5% |
| 5 Försvaret | 3% |
| 6 Rädda Barnen | 2% |
| 7 Moderaterna | 2% |
| 8 Röda korset | 2% |
| 9 Stockholm Stad | 2% |
| 10 SVT | 2% |
| Cancerfonden | 2% |
| Riksgälden | 2% |
| SJ | 2% |
| Barack Obama | 2% |
| Försäkringskassan | 1% |
| Friends | 1% |
| Radiotjänst | 1% |
| Alternativ med 2–15 svar | 32% |
| Alternativ med 1 svar | 14% |

Tabellen visar resultatet bland de som har gett ett svar med organisationsnamn, 1 206 respondenter, en kraftig ökning från 2008 års 943 respondenter.

Det är häftigt att betala skatt! Även om Socialdemokraterna har halkat ut från årets topplista och faktiskt inte lyckades få en enda röst i årets undersökning så kan Mona Sahlins devis användas för att illustrera resultatet. Skatteverket gick 2008 upp i topp av listan. Den förstaplatsen befästs nu när verket ökar från 9% till 12% av rösterna.

Moderaterna fortsätter att tappa mark men detta uppvägs mer än väl av att svarsalternativet ”Regeringen” gick från ingens stans direkt upp till andra plats på listan. Även Riksgälden är ny på listan, som tillsammans med Riksbanken fick ett flertal röster som de inte fick förra året. Riksbanken hamnar dock precis utanför toppen. Det verkar som att de institutioner som har varit aktiva i finanskrisens spår har varit duktiga på sin kommunikation.

För att prata lite mer politik så är det uppseendeväckande att Socialdemokraterna alltså inte får en enda röst i årets undersökning. Även om de röster de fick förra året ofta var med tillägget att deras bästa kommunikationsinsats var deras tystnad så är det noterbart att ingen har något att säga om kommunikationen från Sveriges största parti. Vänsterpartiet står också utan röster vilket gör Miljöpartiet till det enda oppositionsparti som lyckas skrapa ihop några röster, 3 stycken närmare bestämt. Valtemperaturen ökar förmodligen mer inför nästa år, men i dagsläget har allianspartierna ett tydligt kommunikationsövertag.

På topplistan ryms i år tre ideella organisationer. Rädda Barnen och Röda korset har varit med alla år, Cancerfonden var nya förra året tillsammans med Läkare utan gränser, varav den senare nu har halkat ut från topplistan igen.

Barack Obama tar sig in på listan för sin valkampanj i USA under 2008. Vattenfall, Posten och Vägverket ramlar ur, men ligger precis under de organisationer som redovisas i topplistan ovan.

2.13 Vilken organisation, företag eller person som drabbats av krisen 2008 tycker du har hanterat kommunikationen kring den på bästa sätt?

| | Alla |
|--|------|
| 1 Regeringen/Alliansen inkl. Anders Borg, Maud Olofsson och Fredrik Reinfeldt. | 16% |
| 2 Volvo | 10% |
| 3 SAAB | 5% |
| 4 Scania | 5% |
| 5 SEB | 5% |
| 6 Swedbank | 5% |
| 7 Handelsbanken | 4% |
| 8 Ericsson | 2% |
| 9 Barack Obama | 2% |
| 10 Nordea | 1% |
| SAS | 1% |
| Metall | 1% |
| AMF | 1% |
| Moderaterna | 1% |
| Riksbanken | 1% |
| Riksgälden | 1% |
| Finansdepartementet | 1% |
| Skandiabanken | 1% |
| Alternativ med 2–9 svar | 11% |
| Alternativ med 1 svar | 10% |

971 respondenter angav ett svar på frågan. Ett antal respondenter utöver detta hade valt att skriva ett svar i stil med att det inte fanns någon som hade hanterat kommunikationen på ett bra sätt, varför de inte kunde svara på frågan.

Respondenterna är uppenbart förtjusta i regeringens kris-kommunikation. Förstaplatsen intas av "Regeringen" eller "Alliansen" och inkluderar också röster på bl. a. finansminister Anders Borg, Maud Olofsson, Fredrik Reinfeldt, Moderaterna och Finansdepartementet. Sammantaget samlade de svarsalternativen på sig hela 34% av alla röster.

På tredje plats kommer det första företaget, Volvo, tätt följt av SAAB och Scania. I rättvisans namn är det svårt att urskilja vilka respondenter som syftar på Volvo PV respektive Volvo Lastvagnar vilket gör att de alternativen är sammanslagna. SAAB och Scania är lättare att skilja på, och sammanslaget skulle de faktiskt precis komma före Volvo.

Vidare är alla storbanker högt placerade, med SEB i topp, tätt följt av Swedbank och Handelsbanken. Längre ned på listan återfinns Nordea, och till och med Skandiabanken har letat sig in med 10 respondenter.

Utöver regeringsrepresentanterna har några andra politiska och finansiella institutioner kommit med på listan. Barack Obama och Fackförbundet Metall har fått några röster vardera, liksom Riksbanken och Riksgälden.

2.13.1 På vilket sätt har kommunikationen hanterats bra?

När det gäller de svar som har med regeringen att göra så är det en väldig samstämmighet bland respondenterna om att de har hanterat krisen på ett ibland nästan oväntat kompetent sätt. En klar och väldigt tydlig kommunikation, även när det gäller svåra besked, verkar ha varit något av en befrielse i detta krisläge. De får beröm för sin enighet och att de har lyckats med att vara konsekventa. De förklarar pedagogiskt sin position i olika frågor med ett metodiskt lugn, så att alla får en chans att förstå sambanden. Flera, men kanske speciellt Maud Olofsson och Anders Borg får beröm för att de talar klarspråk och är ärliga, raka och tydliga. De ger helt enkelt en trygg bild av att kompetent kunna föra landet genom krisen.

Tittar vi lite längre ner på listan så får även Volvo beröm för att de har haft en öppen och ärlig kommunikation. De har lyckats förmedla att de, trots allt, verkligen tror på företaget. De har tagit sitt ansvar och haft en aktiv dialog med fackförbund och anställda för att försöka komma fram till lösningar som kan erbjuda alternativ till en enkel uppsägning. Detta är alltihop svar som återkommer även när det gäller SAAB och

Scania. Även de företagen får positiva kommentarer om att de har haft en kommunikation som känts ärlig, samt att de förmedlat att de fokuserar på personalen genom att så långt som möjligt satsa på vidareutbildning när jobben tryter, för att sedan kunna stå starka på lång sikt.

För att slutligen nämna något om bankerna så har SEB, Swedbank och Nordea det gemensamt att även de bankerna (under 2008) lyckats ha en tydlig, öppen och ärlig kommunikation, med snabba och kloka beslut där det har krävts. De har medgett felaktiga beslut (t. ex. för hög exponering mot Baltikum) och gett en bild av att de har kompetensen som krävs för att ställa saker till rätta. SEB har dock fått ta stryk under början av 2009 för sitt hanterande av lönerna till den högsta ledningen. Handelsbanken är den bank som sticker ut, som istället får beröm för att de inte varit så snabba med att synas i media. Istället har de syns när det har behövts, varken mer eller mindre. Banken har framstått som att den står utanför krisen och är lite mer ”in control” än de andra bankerna.

2.14 Kommunikatörens roll och arbetsuppgifter utvecklas allt snabbare. Vad tror du kommer att påverka yrkesrollen på 5–10 års sikt och på vilket sätt?

Mer än 1600 respondenter ville ge sin syn på framtiden, en sammanfattning presenteras här. Alla öppna svar återfinns i bilaga.

Enligt kommunikatorerna kommer vår värld, för kommunikatorerna likväl som alla andra, att bli mer och mer globaliserad. En global marknad med ett globalt brus och ett, nästan exponentiellt, ökande antal mediekkanaler gör att kraven på kommunikatorerna kommer att bli högre. Vi ser redan idag hur de digitala och sociala mediekkanalerna utvecklas snabbare än någonsin tidigare. Vem hade hört talas om Twitter för 1 år sedan? Hur många använder fortfarande Twitter om ytterligare 1 år? Snabbväxande och flexibelt kommer att bli nyckelord för många.

Den ökade bredden av kommunikationsmöjligheter kräver en bättre IT-/Internet-/Webbkompetens än idag, samtidigt som det finansiella kravet i form av avkastning per investerad krona förmodligen också blir viktigare som styrmedel i fler och fler företag.

Kommunikatorerna kommer att behöva bredda sin kompetens och tvingas kunna mycket om mycket för att på bästa sätt klara av sin yrkesroll. Kommunikatorernas allt större vikt gör dock kommunikatorernas plats i ledningsgruppen mer självklar än vad den kanske är i många företag idag.

Ett stort block handlar slutligen om företagens samhällsansvar. Att på ett trovärdigt sätt visa att företaget tar sitt sociala ansvar, ett ansvar för sin påverkan på klimatet och även ett moraliskt/etiskt ansvar genom att bli öppnare i sin redovisning av till exempel bonusprogram. Detta kommer att ge kommunikatorerna nya områden att arbeta mer med i framtiden.

3 Bakgrund

3.1 Är du man eller kvinna?

| | Alla |
|--------|------|
| Man | 27% |
| Kvinna | 73% |

Resultaten har förändrats något jämfört med 2008 då 31% av respondenterna var män. Nu är den andelen något lägre. Männen återfinns framförallt i de högre åldersgrupperna,

bland de som har marknadsförare som yrkesidentitet, de som kan tänka sig annan anställning än fast samt bland egna företagare.

3.2 Hur gammal är du?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|-------------------|-------------|-------------|-------------|
| 20–30 år | 17% | 13% | 18% |
| 31–40 år | 43% | 42% | 43% |
| 41–50 år | 30% | 30% | 30% |
| 51–60 år | 9% | 13% | 8% |
| 61 år eller äldre | 1% | 3% | 1% |
| Medelålder | 38,6 | 40,1 | 38,0 |

Inga förändringar jämfört med föregående undersökningar. Den största andelen av respondenterna är mellan 31–40 år, 43%. Kvinnorna är i en högre utsträckning mellan 20–40 år. Egna företagare är den äldsta gruppen med 44,0 år i medelålder.

3.3 Vilket postnummerområde bor du i?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|-------|------|-----|---------|
| 10-19 | 68% | 64% | 70% |
| 20-29 | 10% | 12% | 10% |
| 30-39 | 2% | 2% | 2% |
| 40-57 | 13% | 14% | 12% |
| 58-62 | 1% | 1% | 1% |
| 63-81 | 6% | 7% | 5% |
| 82-98 | 1% | 1% | 1% |

Förklaring till postnummerområden:

- 10-19 Stockholm med ytterområden.
- 20-29 Malmö med ytterområden, Helsingborg, Ystad, Hässleholm
- 30-39 Halmstad, Alvesta, Kalmar/Öland
- 40-57 Göteborg med ytterområden, Trollhättan, Orust/Tjörn, Borås, Falköping, Jönköping
- 58-62 Linköping, Norrköping, Gotland
- 63-81 Eskilstuna, Karlstad, Örebro, Västerås, Uppsala, Borlänge, Gävle
- 82-98 Bollnäs, Östersund, Sundsvall, Umeå, Skellefteå, Luleå, Boden

Andelen som bor i Stockholm är fortsatt störst, 68%, och den andelen ligger mitt mellan föregående mätning 66% och 2007 års 70%. Ökningen i Stockholm motsvaras av små förändringar jämnt fördelat över de andra områdena.

3.4 Vilken är din högsta slutförda utbildning?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|--|------|-----|---------|
| Gymnasi utbildning eller motsvarande | 3% | 3% | 3% |
| Eftergymnasial utbildning som exempelvis IHM, Berghs eller motsvarande | 16% | 16% | 16% |
| Högskola/Universitet upp till tre år | 22% | 21% | 22% |
| Högskola/Universitet mer än tre år | 60% | 61% | 60% |

Drygt 80% av respondenterna har studerat på högskola, 60% i mer än tre år. Väldigt få respondenter har enbart gymnasieutbildning.

Andelen längre högskoleutbildningar stiger i de yngre åldersgrupperna samtidigt som äldre åldersgrupper i högre utsträckning har haft tid till att genomföra eftergymnasiala utbildningar. Respondenter som idag arbetar inom offentlig

sektor har i högre utsträckning någon form av högskoleutbildning. De som jobbar inom privat sektor och de som har angett "Marknadsförare" som yrkesidentitet har högre andelar på eftergymnasiala utbildningar. Stockholmsområdet har den lägsta andelen högskoleutbildningar (totalt 80%). Baserat på anställningsform har egenföretagare och arbetsökande lägre andel längre högskoleutbildning.