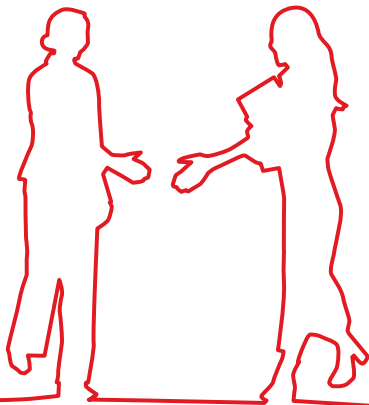


Kommunikatören

2008



HAMMER & HANBORG

www.hammerhanborg.com

Innehållsförteckning

Sammanfattning	4
Bakgrund & Syfte	7
Resultatredovisning	8
Undersökningens resultat	9
1.1 NUVARANDE ARBETSSITUATION	9
1.1.1 Hur många jobb inom kommunikationsbranschen har du haft de senaste 5 åren?	9
1.1.2 Vilken/vilka anställningsform/-er har du idag?	10
1.1.3 Vilken befattning har du idag?	11
1.1.4 Sitter du i ledningsgruppen på det företag du arbetar på?	11
1.1.5 Inom vilken sektor arbetar du idag?	12
1.1.6 Vilken är din yrkesidentitet?	12
1.1.7 Hur länge har du haft det jobb/arbetsgivare/uppdragsgivare du har idag?	13
1.1.8 Hur fick du det jobb du har idag?	14
1.1.9 Vad fick dig att byta jobb senast?	15
1.1.9.1 Vad var det du sökte dig bort från?	16
1.1.9.2 Vilka nya utmaningar/erfarenheter i din karriär sökte du?	17
1.1.9.3 Vad lockade dig på din nya arbetsplats?	18
1.1.10 Hur upplever du idag ditt senaste byte av arbetsplats?	19
1.1.11 Tycker du att det ställs högre krav på dig som kommunikatör idag om du jämför med de krav som ställdes för 5 år sedan?	19
1.2 YRKESUTVECKLING	20
1.2.1 Skulle du vilja byta jobb inom det närmaste året?	20
1.2.1.1 Är du aktivt arbetssökande eller öppen för förslag?	20
1.2.1.2 Vad är huvudorsaken till att du vill byta jobb inom det närmaste året?	21
1.2.1.3 Varför vill du söka dig bort från din nuvarande arbetsplats?	22

1.2.1.4	Vad prioriterar du när du söker en ny tjänst?	23
1.2.1.5	Vad innebär "Stimulerande arbetsuppgifter" för dig?	24
1.2.1.6	Vad innebär "Nya utmaningar" för dig?	24
1.2.1.7	Vad skulle locka dig att börja på en ny arbetsplats?	25
1.2.2	Hur många jobb har du sökt det senaste året?	26
1.2.3	Har du under det senaste året blivit tillfrågad för en tjänst utan att du själv har sökt den? I så fall, hur många gånger?	27
1.2.4	Vad karaktäriserar en attraktiv arbetsgivare för dig?	28
1.2.5	Kan du tänka dig en annan anställning än fast anställning?	29
1.2.6	Vilka tycker du är fördelarna med annan anställning än fast anställning?	30
1.2.7	Varför kan du inte tänka dig en annan anställningsform än en fast anställning?	31
1.2.8	Vilken/vilka kanaler/vägar anser du vara bäst för att hitta ett nytt jobb?	32
1.2.9	Har du någon gång blivit anställd genom privata kontakter?	33
1.2.9.1	Vilka fördelar/nackdelar med att bli anställd genom privata kontakter har du själv upplevt?	33
1.2.10	Har du någon gång blivit anställd via ett socialt nätverk, t ex Facebook?	34
1.2.11	Vilket företag var bäst på kommunikation inom den privata sektorn under 2007?	35
1.2.12	Vilken offentlig verksamhet eller organisation var bäst på kommunikation under 2007?	36
1.2.13	Vem eller vilka tycker du har gjort årets viktigaste kommunikationsinsats 2007?	37
1.2.14	Kommunikatörens roll och arbetsuppgifter utvecklas allt snabbare. Vad tror du kommer att påverka yrkesrollen på 5-10 års sikt och på vilket sätt?	38
1.2.15	Vilken är din drömarbetsgivare?	39
1.2.16	Vad karaktäriserar den drömarbetsgivare du uppgav i föregående fråga?	40
1.2.17	Är du man eller kvinna?	40
1.2.18	Hur gammal är du?	41
1.2.19	Vilket postnummerområde bor du i?	41
1.2.20	Vilken är din högsta slutförda utbildning?	42
	Epilog	43

Välkommen till årets upplaga av Kommunikatören.

Det sjuder av liv i kommunikationsbranschen. Det visar årets upplaga av undersökningen Kommunikatören, som genomfördes för fjärde året.

Fokus i år har varit att kartlägga kommunikatörernas syn på arbetsgivare och yrkesliv. Högst på listan över vad ett attraktivt arbete innebär tronar nya utmaningar och stimulerande arbetsuppgifter. Så många som 47 procent av de tillfrågade i undersökningen säger att de prioriterar nya utmaningar när de väljer nytt jobb.

Hand i hand med de nya utmaningarna ska ökat ansvar gå, både när det gäller strategiskt arbete och genomförande av aktiviteter. Dagens kommunikatörer är i allt högre utsträckning både operativa och strategiska och detta ställer allt högre krav på framtidens arbetsgivare. Till glädje för alla arbetsgivare kan dock noteras att allt fler är nöjda med sitt jobb idag. Men ingen går helt säker, för alltid finns någon som lockar med ett intressant erbjudande det inte går att säga nej till. 61 procent av dem som svarade att de kan tänka sig byta jobb det närmaste året uppgav att de var öppna för nya jobberbjudanden, men att de inte är aktiva i sökandet efter nytt jobb.

En skillnad gentemot tidigare undersökningar är kommunikatörernas syn på krav och kompetens. Allt färre anser idag att det ställs högre krav på yrkesrollen jämfört med tidigare.

Ett krav som däremot inte minskat i betydelse är att arbetsgivaren ska ha en affärsidé som kommunikatören sympatiserar med. Inte helt överraskande kanske, men ett tydligt tecken på att goda idéer får allt större betydelse i valet av arbetsgivare. Sociala, etiska och miljömässiga hänsyn blir allt viktigare. Uthållighet lönar sig.

Vilket för oss osökt in på Årets Kommunikationsinsats. Anton Abele fick nog av passiviteten och intoleransen och genomförde en kraftfull insats mot det meningslösa gatuvåldet – Facebookinitiativet mot gatuvåld. I år belönas han just därför med priset för Årets viktigaste Kommunikationsinsats. En rörelse laddad med energi.

I årets upplaga av undersökningen ingår flera nya frågeställningar som tar pulsen på kommunikatorerna för att förstärka och fördjupa kunskapen om deras vardag och innersta tankar. Vad är det som får dem att byta jobb och framför allt hur går det till? Vi får också veta mera om vad stimulerande arbetsuppgifter egentligen innebär, hur yrkesrollen påverkas på sikt, vilka nya utmaningar som framtiden erbjuder samt för- och nackdelar med olika sätt att bli rekryterad till ett nytt jobb. Läs om drömarbetsgivare, vem som var bäst på kommunikation 2007, branschtrender, arbetsuppgifter och vad framtiden ställer för krav och mycket, mycket mera.

Välkommen till vardagen för oss här på Hammer & Hanborg.
Det är din karriär det handlar om och vi tar det personligt.

Trevlig fortsatt läsning!

Åsa Falkman
Grundare & Ägare

Christina Hammer
Grundare & Ägare

Niclas Jernberg
VD

Sammanfattning

Denna webbenkät, som skickades till samtliga kommunikatörer som ligger i Hammer & Hanborgs kontaktnät, har besvarats av 3 107 personer. Syftet med undersökningen var att kartlägga hur kommunikatörerna ser på sin nuvarande arbetssituation, vad som är viktigt när de söker nya arbeten samt hur de ser på den framtida arbetssituationen och sin kontakt med rekryteringsföretag.

Om respondenterna

7 av 10 respondenter är kvinnor, lika stor andel är mellan 31-50 år och de bor företrädesvis i Stockholm. 78 procent arbetar inom privat sektor och de är i sin yrkesidentitet relativt jämnt fördelade mellan informatörer (29 procent), kommunikatörer (39 procent) och marknadsförare (37 procent). Mer än 8 av 10 har en slutförd högskoleutbildning.

Stor rörlighet på arbetsmarknaden

Respondenterna har i genomsnitt haft 2.06 jobb under de senaste 5 åren och drygt 30 procent har bara varit hos sin nuvarande arbetsgivare mindre än 1 år. När respondenterna fick ange hur de fick sitt senaste jobb så svarade 18 procent privata kontakter, bara platsannonser på Internet fick ett högre värde, 19 procent. Rekryteringsföretag kom på en tredje plats med 15 procent av svaren.

Kommunikatörer är specialister

60% av respondenterna ser sig själva som specialister, 22 procent är chefer. Nästan 8 av 10 arbetar inom den privata sektorn. Bland informatörerna arbetar dock 40 procent i offentlig sektor.

Nya utmaningar är främsta skälet till att byta jobb

Över 50 procent av respondenterna sökte nya utmaningar/erfarenheter när de senast bytte jobb. De utmaningar som söktes handlade till stor del om att prova andra organisationer samt att få mer ansvar. En fjärdedel av respondenterna bytte jobb för att dom ville söka sig bort från sin nuvarande arbetsplats. Hälften av dem svarade att en av orsakerna till att de ville söka sig vidare var att chefen var dålig. På andra plats, på 34 procent, kom att de upplevde en brist på personlig utveckling.

Idag upplever nästan hälften att deras senaste byte av arbetsplats blev bättre än vad de hade förväntat sig.

Kraven är fortfarande högre idag än tidigare

50 procent av respondenterna tycker att kraven på dem idag är högre än vad de var för fem år sedan. Trots att det är en stor andel är det ändå en klar minskning jämfört med föregående års resultat då 7 av 10 upplevde detta.

Att vilja byta jobb är inte samma sak som att söka jobb

En ganska stor andel av respondenterna, 64 procent, säger att de skulle vilja byta jobb inom det närmaste året. Det är dock bara 39 procent av dessa som är aktivt arbetssökande. Resterande vill fortfarande byta jobb men är mer öppna för förslag. Det är också färre som vill byta jobb på grund av att de vill söka sig bort från sitt nuvarande. En klart högre andel söker istället nya utmaningar och stimulerande arbetsuppgifter i sin karriär. Helst i form av kreativa arbeten där de ständigt utmanas i sin yrkesroll för att komma längre i sin personliga utveckling. Mer ansvar är också en återkommande önskan. Helst ska dessa arbetsuppgifter kombineras med en ny tjänst inom en tidigare oprövad bransch eller arbetsområde. Kommunikatörer är nyfikna av sig.

Många söker – några blir tillfrågade

Respondenterna har i genomsnitt sökt 6,5 jobb under det senaste året. De flesta har sökt mellan 2-3 stycken men en inte obetydlig andel (8 procent) har sökt fler än 30 jobb.

65 procent av respondenterna har dessutom under det senaste året blivit tillfrågade för en tjänst utan att ha sökt den. De flesta bara en gång men i genomsnitt handlar det om 1,27 gånger per respondent.

En attraktiv arbetsgivare har en bra affärsidé och kan ge skjuts åt karriären

Drygt hälften av respondenterna anger ”affärsidé som jag sympatiserar med” som faktor i valet av arbetsgivare. På andra plats kommer karriärmöjligheter som nästan 40 procent har svarat. Det är ingen större skillnad mellan kvinnor och män i dessa alternativ.

Fast anställning för tryggheten – annan anställning för friheten

6 av 10 kunde tänka sig annan anställningsform än fast anställning, och då framförallt för att det erbjuder en större frihet och flexibilitet samt att det då ges fler möjligheter att prova på olika branscher och bredda sin kompetens. De 40 procent 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.

IKEA och ICA har tätpositionerna inom kommunikation i privat sektor

De tre topplaceringarna är bestående från tidigare år, där IKEA, ICA och H&M var ledande. När det gällde kommunikation från offentlig verksamhet eller organisation har politiken i år lämnat de främsta platserna. Skatteverket ligger nu i topp, med Apoteket på andra plats. Rädda barnen, Röda korset och SJ avslutar topplistan.

Årets kommunikationsinsats

I år har Hammer & Hanborg instiftat ett nytt pris; Årets viktigaste kommunikationsinsats. Svaren behandlades av en jury som utsåg följande fem kommunikationsinsatser som årets bästa: Al Gore och klimatdebatten, Operation kvinnofrid; Okejsex.nu för respektfullt sex, IOGT-NTO; rörelsen Vit Jul, för barns rätt till nyktra föräldrar över julen och Läkare utan gränser; kistkampanjen mot barnadödlighet/ SMS:a bort en kista. Vinnare: Anton Abele Facebookinitiativet mot gatuvåld.

IKEA är inte bara bra på kommunikation

Det är även det företag som högst andel (9 procent) anger som sin drömarbetsgivare. Resultaten är i övrigt väldigt utspridda mellan olika branscher och företag. Det som karakteriserar respondenternas val av drömarbetsgivare är i första hand att företaget har en affärsidé de kan sympatisera med och har ett starkt varumärke.

Bakgrund & 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 fjärde gången som en stor kandidatundersökning genomförs. De tidigare har genomförts 2004, 2006 och 2007.

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.

Slutligen kommer det några frågor om rekryteringsbranschen för att dels göra en kartläggning av hur välrepresenterade Hammer & Hanborgs kandidater är hos konkurrerande företag samt ta reda på vad Hammer & Hanborg har för förbättringspotential i sitt eget erbjudande.

Målgrupp

Målgrupp för studien är samtliga kandidater som finns i Hammer & Hanborgs kontaktnät. Detta innehåller 16 601 personer, som själva har registrerat sina uppgifter sedan företaget startade 1994.

Upplägg & Genomförande

Den 19 februari skickades enkäten via e-post till medlemmarna i kontaktnätet. Två påminnelser gick ut till dem som inte svarat på första utskicket. De skickades den 26 februari och den 4 mars. Den 8 mars stängdes enkäten.

Totalt bestod enkäten av 50 frågor. Det var dock få som fick alla frågor, en stor del var följdfrågor beroende på vilka svar som tidigare avgivits.

Svarsfrekvens

Enkäten skickades ut till 16 601 personer med e-postadress. 4 175 av dessa var ej kontaktbara vilket reducerar nettourvalet till 12 426 personer. Enkäten besvarades av 3 107 personer (Svarsfrekvens: 25 procent) varav 91 procent hade besvarat hela undersökningen.

Resultatredovisning

Resultaten redovisas med totalsiffror samt med uppdelning på nedanstående undergrupper där stora skillnader återfinns mellan grupperna:

		Respondenter	
		Antal	Procent
Samtliga		3107	100%
Kön	Män	954	31%
	Kvinnor	2153	69%
Ålder	20-30 år	513	17%
	31-40 år	1402	45%
	41-50 år	822	26%
	51-60 år	311	10%
	61 år eller äldre	54	2%
Arbetar inom	Privat sektor	2134	78%
	Offentlig sektor	608	22%
Yrkesidentitet	Informatör	781	29%
	Kommunikatör	1048	39%
	Marknadsförare	1005	37%
Postnummerområde	10-19	2022	66%
	20-29	347	11%
	30-39	73	2%
	40-57	396	13%
	58-62	39	1%
	63-81	164	5%
	82-98	31	1%
Kan tänka sig annan anställning än fast	Ja	1796	61%
	Nej	1151	39%
Anställningsform idag	Tillsvidareanställning	2046	67%
	Tidsbegränsad	459	15%
	Egen företagare	464	15%
	Arbetssökande	305	10%
	Studerande	74	2%
Skulle vilja byta jobb inom det närmsta året	Ja	1712	63%
	Nej	985	37%

Undersökningens resultat

Nedan följer en sammanfattning av resultaten för varje fråga i undersökningen.

1.1 Nuvarande arbetssituation

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

	Alla	Män	Kvinnor
0	8%	8%	7%
1	28%	28%	28%
2	35%	35%	35%
3	19%	18%	19%
4	5%	5%	5%
5	2%	2%	2%
6 eller fler	4%	4%	3%
Medelantal	2.06	2.06	2.06

8 av 10 respondenter har haft mellan 1 och 3 jobb inom kommunikationsbranschen de senaste 5 åren. Det är ingen skillnad mellan kvinnor och män, varken i medelvärde eller i fördelningen mellan antalet jobb. Det är heller inga stora skillnader i olika åldrar, även om de mellan 31-40 år har ett medelvärde på 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 (2,18) än privat sektor (2,08). Respondenter som ser sin yrkesidentitet som informatör eller kommunikatör har högre medelvärdet (2,25 respektive 2,31) än marknadsförare (2,08).

Kan man tänka sig en annan anställning än fast ökar också genomsnittet – upp till 2,16, jämfört med 1,93 för de som bara kan tänka sig fast anställning. Det stämmer relativt väl överens med de som idag har en tillsvidareanställning (1,98). De som har en tidsbegränsad anställning har i genomsnitt haft 2,42 jobb, vilket bara överträffas av egna företagare som har ett medelvärde på 2,54. Precis som i föregående års undersökning är medelvärdet högre bland de som INTE vill byta jobb inom det närmaste året (2,3 jämfört med 2,0 bland de som vill byta). Detta tyder på att de som inte vill byta jobb nyligen har varit inne i en jobbytarikeperiod och nu känner att de vill stanna kvar minst ett år på sitt nuvarande arbete.

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

	Alla	Män	Kvinnor
Tillsvidareanställning (Fast)	67%	64%	68%
Tidsbegränsad anställning (vikariat, projekt etc)	15%	11%	17%
Egen företagare	15%	23%	12%
Arbetssökande	10%	11%	10%
Studerande	2%	3%	2%

Two tredjedelar av respondenterna har idag en tillsvidareanställning. Det är en liten ökning från förra årets 63 procent och kan kanske vara en avspeglning av en än hetare arbetsmarknad än för ett år sedan. Precis som föregående års undersökning har dock kvinnorna i högre utsträckning en tidsbegränsad anställning och bland männen är det dubbelt så hög andel som är egna företagare.

I de olika åldersgrupperna är det den yngsta gruppen (20-30 år) som har högst andel tidsbegränsade anställningar (24 procent) och respondenter mellan 31-40 år är i högst utsträckning fast anställda (76 procent). Andelen egna företagare stiger kraftigt med ålder, från 4 procent i den yngsta gruppen till 58 procent bland de som är över 60 år. Bortsett från den yngsta gruppen, som i en viss utsträckning fortfarande inte har kommit ut på arbetsmarknaden till att börja med, stiger även andelen arbetsökande med ålder.

I den offentliga sektorn är tidsbegränsad anställning vanligt och i den privata sektorn är det eget företagande som sticker ut.

I gruppen som kan tänka sig en annan anställningsform än tillsvidareanställning är det 21 procent som har en tidsbegränsad anställning och 23 procent som är egna företagare. Det är också 14 procent som är arbetssökande.

1.1.3 Vilken befattning har du idag?

	Alla	Män	Kvinnor
Specialist	60%	55%	63%
Chef	22%	28%	19%
Jobbar inom kommunikation/ information/marknadsföring	9%	8%	10%
Arbetsökande	8%	9%	8%

6 av 10 respondenter arbetar som specialister idag, med en något högre andel bland kvinnor. Resultaten liknar föregående års undersökning, även bland andelen chefer, som även i år är högre bland män.

Sett till yrkesidentiteten är andelen chefer högst bland de som ser sig som marknadsförare (31 procent) och lägst bland informatörer (18 procent). Det är också en högre andel chefer bland tillsvidareanställda än i andra anställningsformer. Det är ingen skillnad i befattning baserat på att man vill byta jobb inom det närmsta året eller ej.

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

	Alla	Män	Kvinnor
Ja	26%	39%	21%
Nej	74%	62%	79%

Cirka en fjärdedel av respondenterna sitter idag i ledningsgruppen. Det finns en klar snedfördelning mellan könen där det bland män är 4 av 10 som sitter i ledningsgruppen, jämfört med kvinnornas 2 av 10.

Andelen som sitter i ledningsgruppen ökar med ålder, däremot finns det ingen större skillnad beroende på om man arbetar i privat eller offentlig sektor.

Bland de som kan tänka sig annan anställning än fast är en högre andel med i ledningsgruppen (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.

1.1.5 Inom vilken sektor arbetar du idag?

Precis som i föregående års undersökning arbetar det stora flertalet, nästan 8 av 10, inom den privata sektorn. Andelen är något högre bland män.

	Alla	Män	Kvinnor
Privat sektor	78%	83%	75%
Offentlig sektor	22%	17%	25%

Uppdelat på yrkesidentitet finns det stora skillnader. 91 procent av marknadsförarna arbetar inom den privata sektorn, 77 procent av kommunikatörerna men enbart 59 procent av informatörerna. Den privata sektorn är också stor (81 procent) bland de som bor inom postnummerområde 10-19 och lägre (mellan 60-66 procent) bland de som bor i postnummerområden på 58-98 och uppåt (se punkt 1.2.19 för betydelse).

Andelen som arbetar inom den offentliga sektorn är relativt högre (38 procent) bland de som har en tidsbegränsad anställning och är även något högre bland de som vill byta jobb inom det närmaste året.

1.1.6 Vilken är din yrkesidentitet?

	Alla	Män	Kvinnor
Informatör	29%	23%	32%
Kommunikatör	39%	39%	39%
Marknadsförare	37%	42%	35%
Arbetssökande	5%	5%	5%
Annat	30%	31%	29%

Yrkesidentiteterna är relativt jämnt fördelade mellan respondenterna, med en något lägre andel informatörer. Den jämnaste fördelningen återfinns bland kvinnor, medan männen har en högre andel marknadsförare och en lägre andel informatörer.

Andelen marknadsförare är högre i den privata sektorn och omvänt är andelen informatörer högre i den offentliga sektorn. I övrigt är skillnaderna små mellan de olika gruppuppdelningarna.

Som synes i tabellen ovan har 3 av 10 respondenter angett en annan yrkesidentitet. Det är en flora av olika yrken, men de flesta har ändå en koppling till information/kommunikation/ marknadsföring. Bland de yrken som har uppgetts återfinns journalister, olika konsultröler, marknadsanalytiker, kommunikationsstrateger, informationsansvariga, olika grafiska arbeten, copywriters, presschefer, pressekreterare, produktionsledare, projektledare och redaktörer.

1.1.7 Hur länge har du haft det jobb/arbetsgivare/ uppdragsgivare du har idag

	Alla	Män	Kvinnor
Mindre än 1 år	31%	26%	34%
1 år	15%	13%	15%
2 år	17%	18%	16%
3 år	9%	10%	9%
4 år	5%	6%	5%
5 år	5%	6%	5%
6 år eller längre	18%	20%	17%

3 av 10 respondenter har jobbat på sitt nuvarande arbete i mindre än ett år. Drygt 60 procent 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 knappt 2 av 10 har gjort. Dessa tendenser är ungefär lika bland män och kvinnor. Det ser alltså ut som respondenterna i en viss utsträckning kan delas upp i två grupper; en grupp som byter jobb relativt ofta (eller i alla fall har bytt jobb relativt nyligen) och en grupp som stannar länge på en arbetsplats.

Gruppen som har jobbat 6 år eller längre på den nuvarande arbetsplatsen ökar med stigande ålder och är 37 procent bland de som är över 60 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.

1.1.8 Hur fick du det jobb du har idag?

	Alla	Män	Kvinnor
Platsannonser/Internet	19%	15%	21%
Privata kontakter	18%	20%	17%
Rekryteringsföretag/Headhunter	15%	15%	15%
Professionella kontakter	14%	17%	13%
Internrekrytering	10%	8%	11%
Platsannonser/Print	8%	7%	9%
Spontanansökan	4%	4%	4%
Arbetsförmedlingen	3%	3%	3%
Sociala nätverk, t ex Facebook	1%	1%	1%
Annat sätt, vilket:	8%	10%	7%

Respondenterna uppger i ungefär lika hög utsträckning att de fick sitt senaste jobb via platsannonser på Internet eller via privata kontakter. Detta är en skillnad jämfört med tidigare år då privata kontakter har haft en högre betydelse än platsannonser på Internet. Precis som tidigare är det dock kvinnorna som i högre utsträckning går via platsannonser på Internet och männen som förlitar sig till privata kontakter. Headhunter och platsannonser i print ligger kvar på samma nivå som tidigare men internrekrytering och professionella kontakter har ökat något jämfört med tidigare. Spontanansökan och Arbetsförmedlingen har fortfarande jumboplatser och det är bara det nyttillkomna ”sociala nätverk” som har en lägre andel. Bland de som har angett något annat sätt är det en stor del som startade företag. Andra uppger en kombination av olika vägar.

Platsannonser på Internet och rekryteringsföretag har högre betydelse i yngre åldersgrupper samtidigt som betydelsen av privata kontakter stiger med åldern. Privata kontakter har även en klart 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).

1.1.9 Vad fick dig att byta jobb senast?

Hälften av respondenterna bytte senast jobb för att de sökte sig till något nytt. En fjärdedel bytte dock jobb för att de ville bort från den dåvarande arbetsplatsen. Resultaten uppvisar inga stora skillnader mellan kön eller andra gruppuppdelningar.

I tabellen nedan har en relativt stor andel uppgett någon annan orsak. De svaren handlar till största delen om sådant som ligger utanför en karriärplanering. Många svar handlar om att de blev uppsagda eller att den tidsbegränsade anställningen upphörde. Andra svar handlar om att företaget omorganiserades eller att respondenten (eller företaget) flyttade.

	Alla	Män	Kvinnor
Jag ville söka mig bort från min dåvarande arbetsplats	25%	25%	25%
Jag sökte nya utmaningar/erfarenheter i min karriär	51%	52%	50%
Jag blev lockad till min nuvarande arbetsplats	16%	21%	14%
Jag har aldrig bytt jobb	4%	4%	4%
Annat	17%	13%	19%

1.1.9.1 Vad var det du sökte dig bort från?

De 25 procent av respondenterna som uppgav att de senast bytte jobb för att de ville söka sig bort från sin dåvarande arbetsplats fick även svara på frågan om vad det var de sökte sig bort ifrån (657 respondenter).

Betydelsen av en bra chef för att behålla sina anställda blir uppenbar. Hälften av de som sökte sig bort från sin tidigare arbetsplats uppgav dålig chef som en av anledningarna. Andra viktiga anledningar var en brist på personlig utveckling, att organisationen inte passade, oklara karriärvägar samt en för låg lön.

Den främsta skillnaden mellan män och kvinnor är att kvinnorna i högre utsträckning bytte arbete på grund av en dålig chef. Uppdelat på åldrar blir det tydligt att de yngre åldersgrupperna i högre utsträckning baserade sitt beslut på att de ansåg att de hade för lite ansvar, för låg lön och upplevde en osäkerhet i hur karriärmöjligheterna såg ut för dem. I övrigt var det små skillnader mellan grupperna.

	Alla	Män	Kvinnor
Dålig chef	50%	40%	54%
Jag upplevde brist på personlig utveckling	34%	36%	34%
Jag ville till en annan typ av organisation	33%	37%	31%
Det var svårt att se vilka karriärmöjligheter som fanns för mig	30%	31%	29%
Jag hade för låg lön	22%	21%	23%
Företagets värdegrund	16%	14%	17%
Hade ingen möjlighet att påverka	14%	11%	16%
Jag hade för lite ansvar	11%	11%	11%
Det ställdes orimliga krav	11%	8%	12%
Obalans mellan privatliv och arbete	10%	8%	11%
Det var för många resor	3%	6%	2%
Hade ingen makt över budget	3%	3%	3%
Det var för få internationella kontakter	3%	4%	2%
Arbetstiderna passade inte mig	2%	4%	2%
Jag hade för mycket ansvar	2%	2%	2%
Annat	11%	14%	10%

1.1.9.2 Vilka nya utmaningar/erfarenheter i din karriär sökte du?

	Alla	Män	Kvinnor
Ville prova på en annan typ av organisation	43%	40%	44%
Mer ansvar (generellt)	42%	41%	43%
Större inflytande inom företaget	29%	28%	30%
Jobba på ett större företag	19%	20%	18%
Mer internationellt arbete	18%	18%	18%
Chefsposition	12%	17%	10%
Ville prova att vara egen företagare	11%	16%	8%
Jobba på ett mindre företag	7%	8%	7%
Personalansvar	5%	4%	5%
Budgetansvar	5%	4%	5%
Annat	18%	15%	19%

De som tidigare uppgett att de senast bytte jobb för att de sökte nya utmaningar/erfarenheter fick även svara på en fråga om vilka utmaningar/erfarenheter de mer specifikt sökte sig till (1324 respondenter).

Svaren uppvisar en stor bredd. Cirka 4 av 10 ville prova en annan typ av organisation, ungefär lika många ville ha mer ansvar. Andra viktiga områden var att få mer inflytande inom företaget och ett mer internationellt arbete. Att jobba på ett större företag verkar också locka mer än att jobba på ett mindre företag. Att ha en chefsposition lockar mer än personal- respektive budgetansvar.

Mer ansvar, större inflytande inom företaget och ett internationellt arbete är viktigare i de yngre åldersgrupperna. En chefsposition och att prova att vara egen företagare blir istället viktigare med högre ålder.

Bland de som idag jobbar inom offentlig sektor var en stor anledning att de ville prova en annan typ av organisation eller att de ville ha mer ansvar.

Bland de som idag har en tillsvidareanställning var en stor anledning att de sökte mer ansvar och en chefsposition.

1.1.9.3 Vad lockade dig på din nya arbetsplats?

16 procent av respondenterna uppgav att de senast bytte jobb för att de blev lockade till sin nya arbetsplats. De 433 respondenterna fick då svara på frågan vad det var som lockade dem.

Den absolut största anledningen var generellt nya utmaningar. Därefter kommer nya arbetsuppgifter, högre lön, en bra chef, mer ansvar, bättre karriärmöjligheter och större inflytande upp som ungefär lika viktiga orsaker. En bra chef är klart viktigare för kvinnor och större inflytande är viktigt för män.

Bättre karriärmöjligheter var en relativt sett viktigare orsak för de yngre respondenterna och större inflytande var viktigare bland de äldre. Högre lön var viktigare i den privata sektorn och en bra chef viktigare i den offentliga.

	Alla	Män	Kvinnor
Nya Utmaningar	61%	62%	61%
Jag ville ha nya arbetsuppgifter	31%	33%	28%
Jag blev erbjuden en högre lön	28%	32%	26%
En bra chef	25%	17%	30%
Jag fick möjlighet att ta mer ansvar	23%	21%	25%
Karriärmöjligheterna är bättre på min nuvarande arbetsplats	21%	19%	22%
Större inflytande	20%	27%	16%
Bättre balans mellan privatliv och arbete	12%	12%	12%
Internationellt arbete	11%	11%	12%
Min nuvarande arbetsplats ligger närmare mitt hem	8%	4%	10%
Övriga förmåner (exkl lön) var bättre	5%	7%	4%
Arbetstiderna passar mig bättre	4%	6%	3%
Personalansvar	3%	3%	3%
Jag behövde inte resa lika mycket	3%	4%	2%
Budgetansvar	2%	4%	1%
Jag fick möjlighet att göra mer resor inom jobbet	2%	2%	2%
Jag behövde inte ta lika mycket ansvar	1%	1%	2%
Annat	8%	3%	11%

1.1.10 Hur upplever du idag ditt senaste byte av arbetsplats?

Nästan 90 procent av respondenterna uppger att deras senaste byte blev som förväntat eller bättre än förväntat. 13 procent uppger att bytet blev sämre än de förväntade sig. De som arbetar inom offentlig sektor samt de som är egna företagare är lite mer nöjda. Bland de som idag är arbetslösa är det 27 procent som uppger att det blev sämre än förväntat. Bland de som INTE vill byta jobb inom det närmsta året är det 62 procent som tycker att det blev bättre än förväntat.

	Alla	Män	Kvinnor
Det blev bättre än vad jag förväntade mig	46%	43%	47%
Det blev ungefär som jag förväntade mig	42%	43%	41%
Det blev sämre än vad jag förväntade mig	13%	13%	13%

1.1.11 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%	50%	48%
Nej	20%	23%	18%
Jag har ännu inte jobbat 5 år	18%	14%	19%
Vet ej	14%	13%	15%

Cirka hälften av respondenterna tycker att kraven är högre idag än för fem år sedan. 18 procent har ännu inte hunnit jobba fem år. Andelen som tycker att kraven har blivit högre stiger med åldern. Bland 51-60-åringar är det 61 procent som tycker att kraven har blivit högre.

Bland de som har tidsbegränsade anställningar är det endast 36 procent som anser att kraven har blivit högre. Det värdet förklaras dock till en del av att det är 30 procent i den gruppen som ännu inte har hunnit jobba i fem år.

1.2 Yrkesutveckling

1.2.1 Skulle du vilja byta jobb inom det närmaste året?

	Alla	Män	Kvinnor
Ja	64%	64%	63%
Nej	36%	36%	37%

64 procent av respondenterna vill byta jobb inom det närmaste året, vilket är en minskning från föregående års mätning (70 procent). Det finns nästan inga skillnader alls mellan grupperna. De som arbetar inom offentlig sektor är marginellt mer intresserade av att byta jobb (67 procent), likväl som de som idag har en tidsbegränsad anställning (70 procent). Egna företagare är minst intresserade av att byta jobb inom det närmaste året (54 procent).

1.2.1.1 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 (1730 respondenter).

	Alla	Män	Kvinnor
Aktivt arbetssökande	39%	39%	39%
Öppen för förslag (vill byta men söker inte aktivt)	61%	61%	61%

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

Det är inga stora skillnader mellan de olika grupperna. De mest påtagliga skillnaderna återfinns hos 20-30-åringar (46 procent aktivt arbetssökande), informatörer (43 procent), de som kan tänka sig annan anställning än fast (42 procent) samt de som idag har en tidsbegränsad anställning (54 procent).

Bland de som har angett något annat svar handlar de ofta om att den tidsbegränsade anställningen tar slut eller att det sker någon form av omorganisation på företaget som inte är till respondentens fördel.

1.2.1.2 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 (1701 respondenter).

	Alla	Män	Kvinnor
Jag vill söka mig bort från min nuvarande arbetsplats	14%	13%	15%
Jag söker nya utmaningar/erfarenheter i min karriär	70%	75%	68%
Annat	16%	12%	17%

7 av 10 respondenter vill byta jobb för att de söker nya erfarenheter/utmaningar. Bland män är den siffran ännu något högre. Sett till de olika nedbrytningsgrupperna så är det även högre bland de som inte kan tänka sig annan anställningsform än fast anställning (73 procent), samt bland de som idag har en tillsvidareanställning (73 procent). Lägst är värdet bland de som idag har en tidsbegränsad anställning (54 procent).

Bland de som har angett något annat svar handlar de ofta om att den tidsbegränsade anställningen tar slut eller att det sker någon form av omorganisation på företaget som inte är till respondentens fördel.

1.2.1.3 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 (238 respondenter).

	Alla	Män	Kvinnor
Jag upplever brist på personlig utveckling	42%	48%	40%
Dålig chef	40%	35%	42%
Jag vill till en annan typ av organisation	35%	26%	38%
Det är svårt att se vilka karriärmöjligheter som finns för mig	29%	28%	30%
Jag har för låg lön	28%	32%	25%
Har ingen möjlighet att påverka	16%	14%	18%
Företagets värdegrund	15%	19%	14%
Det ställs orimliga krav	13%	9%	14%
Obalans mellan privatliv och arbete	11%	11%	11%
Jag har för lite ansvar	10%	14%	9%
Det är för många resor	4%	6%	4%
Det är för få internationella kontakter	4%	8%	3%
Har ingen makt över budget	4%	3%	5%
Jag har för mycket ansvar	3%	3%	2%
Arbetstiderna passar inte mig	3%	0%	4%
Annat	12%	11%	12%

Den främsta anledningen är att man idag upplever en brist på personlig utveckling eller har en chef som man inte trivs med. Först på femte plats kommer ekonomiska frågor upp.

Det finns vissa skillnader mellan könen. Män uppger oftare att de inte har den personliga utveckling de skulle vilja ha, medan kvinnor i högre utsträckning uppger att de har en dålig chef eller vill till en annan typ av organisation.

Bland de som jobbar inom offentlig sektor är det enbart 2 procent som anger "företagets värdegrund" som skäl, jämfört med 19 procent inom privat sektor. Skillnaderna mellan andra grupper är ofta små och inte konsekventa. Det låga antalet respondenter som har fått frågan bidrar också till att det är svårt att dra några slutsatser inom olika grupper.

1.2.1.4 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 (1731 respondenter).

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.

Högre lön, mer ansvar och internationellt arbete är viktigare för män och en bra chef, balans mellan privatliv/arbete samt en arbetsplats närmare hemmet är viktigare för kvinnor. Högre lön, bättre förmåner och bättre karriärmöjligheter är viktigare ju yngre respondenten är. Även baserat på anställningsform finns det några skillnader där de som idag har en tidsbegränsad anställning i högre utsträckning vill ha stimulerande arbetsuppgifter (69 procent) och bättre arbetstider (8 procent). Även bland egenföretagarna anger 8 procent bättre arbetstider men dessutom anger 19 procent att de vill ha bättre balans mellan privatliv/arbete.

	Alla	Män	Kvinnor
Jag vill ha stimulerande arbetsuppgifter	61%	55%	63%
Jag vill ha nya utmaningar	47%	49%	47%
Jag vill ha högre lön	37%	41%	34%
En bra chef	26%	20%	29%
Jag vill ha en arbetsplats med bättre karriärmöjligheter	25%	27%	25%
Jag vill ha möjlighet att ta mer ansvar	17%	20%	16%
Större inflytande	17%	19%	16%
Bättre balans mellan privatliv och arbete	12%	10%	13%
Internationellt arbete	11%	14%	10%
Jag vill ha en arbetsplats som ligger närmare mitt hem	10%	4%	13%
Personalansvar	5%	5%	5%
Jag vill ha arbetstider som passar mig bättre	3%	3%	5%
Jag vill ha bättre övriga förmåner (exkl lön)	3%	4%	3%
Jag vill resa mer inom jobbet	3%	4%	2%
Budgetansvar	1%	1%	1%
Jag vill inte behöva ta lika mycket ansvar	1%	1%	1%
Jag vill resa mindre inom jobbet	1%	1%	1%
Annat	4%	3%	5%

1.2.1.5 Vad innebär "Stimulerande arbetsuppgifter" för dig?

De som på frågan om vad de prioriterar när de söker en ny tjänst uppgav "stimulerande arbetsuppgifter" fick en möjlighet att utveckla sitt svar i fritext, vilket 894 respondenter gjorde. Alla fullständiga svar återfinns i bilaga, nedan är en sammanfattning av deras innehåll.

Det är tydligt att kommunikatörer inte stimuleras av rutinartat arbete. Väldigt många beskriver i sitt svar vikten av att ha ett omväxlande arbete som inte känns enformigt. Att fylla i rapporter veckovis är inget för dessa respondenter. De vill även ha uppgifter som gör att de känner att det är en utmaning. Den utmaningen ska gärna stämma överens med deras tidigare erfarenheter och bakgrund, men helt enkelt gå lite längre. Utmaningar gör att respondenterna känner att de kommer vidare i sin personliga utveckling. Inbyggt i allt detta är även att de då själva gärna vill arbeta med att utveckla något nytt, få utlopp för sin kreativitet, istället för att ta över och förvalta vad någon annan har kommit på.

Inte riktigt lika starkt, men dock återkommande i svaren är frågan om ansvar. Några pratar om att de vill ha mer ansvar rent generellt, medan andra är mer specifika i att de skulle känna en utmaning i att ha mer personal- eller budgetansvar.

1.2.1.6 Vad innebär "Nya utmaningar" för dig?

De som på frågan om vad de prioriterar när de söker en ny tjänst uppgav "stimulerande arbetsuppgifter" fick en möjlighet att utveckla sitt svar i fritext, vilket 700 respondenter gjorde. Alla fullständiga svar återfinns i bilaga, nedan är en sammanfattning av deras innehåll.

Nyckeln i en stor del av svaren handlar om att det ska vara något nytt. Det kan vara nytt jobb, nya arbetsuppgifter, nytt arbetsområde, ny bransch, nya projekt/tjänster/produkter och så vidare. Det ska vara något som respondenten tidigare inte har arbetat med och det framgår att det finns ett stort intresse och sug efter att få prova sina vingar inom sådant man inte har arbetat med tidigare. Det är den nyfikna respondenten som tillfredsställs av att ständigt lära sig nya saker och utveckla sig själv.

Andra svar handlar mycket om att öka komplexiteten i den roll de har idag. Kanske arbeta mer med en helhet än en specificerad del, gå djupare i projekt, få möjligheten att ta ansvar eller i flera fall mer ansvar än de har idag då flera redan verkar ha personalansvar eller dylikt.

1.2.1.7 Vad skulle locka dig att börja på en ny arbetsplats?

De som på frågan om vad huvudorsaken till deras önskan att byta jobb är svarade att de sökte nya utmaningar/erfarenheter fick även svara på frågan om vad som skulle locka dem att börja på en ny arbetsplats (1160 respondenter).

58 procent av respondenterna svarade "Nya utmaningar". Det ligger nära till hands att anta att de med detta menar samma sak som framkom i en tidigare följdfråga på vad "nya utmaningar" egentligen är. Högre lön är också något som i hög utsträckning kan locka till att byta jobb. Därefter kommer de alternativ som även placerar sig högt på frågan om vad de prioriterar när de söker ny tjänst; det vill säga en bra chef, bättre karriärmöjligheter, större inflytande och så vidare. Skillnaderna mellan grupperna är också väldigt lika det som framkom i frågan om prioritering.

	Alla	Män	Kvinnor
Jag vill ha nya utmaningar	58%	57%	59%
Jag vill ha högre lön	44%	48%	42%
En bra chef	29%	24%	31%
Jag vill ha en arbetsplats med bättre karriärmöjligheter	26%	22%	27%
Större inflytande	25%	28%	24%
Jag vill ha nya arbetsuppgifter	21%	22%	21%
Jag vill ha möjlighet att ta mer ansvar	21%	19%	22%
Internationellt arbete	15%	18%	13%
Bättre balans mellan privatliv och arbete	11%	10%	11%
Personalansvar	8%	9%	8%
Jag vill ha en arbetsplats som ligger närmare mitt hem	8%	5%	9%
Jag vill ha bättre övriga förmåner (exkl lön)	6%	7%	5%
Jag vill resa mer inom jobbet	3%	3%	3%
Budgetansvar	3%	3%	3%
Jag vill ha arbetstider som passar mig bättre	3%	2%	3%
Jag vill resa mindre inom jobbet	1%	1%	1%
Jag vill inte behöva ta lika mycket ansvar	1%	1%	1%
Annat	4%	3%	4%

1.2.2 Hur många jobb har du sökt det senaste året?

	Alla	Män	Kvinnor
Inget	28%	29%	27%
1	12%	12%	12%
2-3	21%	22%	20%
4-5	11%	8%	12%
6-7	5%	5%	5%
8-10	6%	5%	7%
11-15	5%	5%	4%
16-20	3%	2%	4%
21-30	2%	2%	3%
Fler än 30	8%	9%	7%
Medelantal	6.46	6.57	6.43

I genomsnitt har respondenterna sökt 6,5 jobb under det senaste året, med ett något högre värde bland män. Mer än en fjärdedel har inte sökt något jobb alls, och därefter är det en knapp fjärdedel som har sökt 2-3 jobb. Att medelvärdet ändå hamnar så pass högt beror på att det är nästan 1 av 10 som har sökt mer än 30 jobb. Medianen ligger dock på 2-3 jobb.

De yngsta har sökt flest jobb, 9,86 stycken, vilket sjunker till 5,29 i nästa ålderskategori (31-40 år). Därefter ökar dock medelvärdet med stigande ålder. De som kan tänka sig en annan anställning än fast har sökt 7,9 jobb, att jämföra med 4,3 för de som bara kan tänka sig fast anställning. De som idag har en tidsbegränsad anställning har sökt hela 11,46 jobb i genomsnitt, medan de som idag är arbets-sökande har sökt 18,39 jobb.

1.2.3 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	35%	32%	37%
Ja, 1 gång	31%	28%	33%
Ja, 2 gånger	19%	21%	19%
Ja, 3 gånger	8%	10%	7%
Ja, 4 gånger	3%	3%	2%
Ja, 5 gånger eller fler	4%	7%	3%
Medelantal	1.27	1.51	1.16

Knappt två tredjedelar av respondenterna har blivit tillfrågade för en tjänst utan att ha sökt den under det senaste året. Av de som har blivit tillfrågade så är det allra vanligast att ha blivit tillfrågad för en tjänst, därefter sjunker andelen respondenter fort med antalet förfrågningar. Det finns en tydlig skillnad mellan könen där kvinnor för det första har en högre andel som inte har blivit tillfrågade under året och sedan har lägre andelar på att ha blivit tillfrågad 2 gånger eller fler. Kan detta ha ett samband med att män tidigare i högre utsträckning angett att de fick sitt senaste jobb genom privata eller professionella kontakter?

1.2.4 Vad karaktäriserar en attraktiv arbetsgivare för dig?

	Alla	Män	Kvinnor
En affärsidé som jag sympatiserar med	56%	55%	6%
Karriärmöjligheter	36%	34%	37%
Arbetar med integrerad kommunikation	28%	24%	29%
Trygghet/Stabil organisation	27%	22%	29%
Starkt Varumärke	27%	29%	26%
Affärsdrivande	25%	32%	22%
Erkänt duktiga på kommunikation	22%	24%	22%
Internationell verksamhet	20%	20%	20%
Hög etik	17%	16%	17%
Ett gott syfte/Ideell verksamhet	11%	11%	12%
Publikt, stort medieintresse	8%	11%	7%
Offentlig sektor	2%	2%	2%
Annat	6%	6%	6%

För en majoritet av respondenterna är det viktigt att arbetsgivaren kan erbjuda en affärsidé som respondenten kan sympatisera med. Därefter är det ett glapp 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. 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.

Karriärmöjligheter och att organisationen är trygg/stabil är viktigare ju yngre man är, medan äldre respondenter i högre grad uppskattar att arbetsgivaren är affärsdrivande. I den offentliga sektorn är ideell verksamhet (17 procent) och integrerad kommunikation (36 procent) viktigt medan det i det privata näringslivet är mer positivt med internationell verksamhet (22 procent). 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.

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

Precis som i föregående års undersökning är det 6 av 10 respondenter som kan tänka sig en annan anställningsform än tillsvidareanställning. Andelen är 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 47 procent av de som idag är tillsvidareanställda som kan tänka sig en annan anställningsform. Bland de som idag har tidsbegränsad anställning kan 85 procent tänka sig det och motsvarande värden för egna företagare och studenter är 95 procent och 88 procent. Även arbetssökande kan tänka sig andra anställningsformer (87 procent).

	Alla	Män	Kvinnor
Ja	61%	65%	59%
Nej	39%	35%	41%

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

Frågan ”vilka tycker du är fördelarna med annan anställning än fast anställning?” hade 1764 respondenter, de som i frågan om ifall de kunde tänka sig andra anställningsformer än fast anställning svarade ”Ja”.

Frihet och flexibilitet är 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, som dessutom ligger relativt nära varandra, både tankemässigt och resultatmässigt.

Att andra anställningsformer ger större möjligheter att styra över arbetstid och fritid är också en av de viktigaste orsakerna. Att tjäna mer pengar, få meriter, utmaningar och konsultstatus är allihop mindre viktiga orsaker. 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.

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 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.

	Alla	Män	Kvinnor
Frihet/Flexibilitet	60%	63%	58%
Får prova på olika branscher	43%	35%	46%
Breddar min kompetens	39%	32%	42%
Kan bättre styra arbetstid och fritid	28%	31%	26%
Möjlighet att arbeta i projekt	23%	20%	24%
Större möjligheter att delta i förändrings- och utvecklingsprocesser	21%	22%	20%
Kan tjäna mer pengar	18%	27%	14%
Meriterande	15%	12%	16%
Större utmaning	12%	15%	12%
Konsultstatus	6%	9%	5%
Annat	4%	3%	5%

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

Frågan ”varför kan du inte tänka dig en annan anställningsform än en fast anställning?” hade 1149 respondenter, de som i frågan om 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”, bidrar tillsammans till att det här finns en tydlig skillnad mellan kvinnor och män, där kvinnor i högre utsträckning tar avstånd från andra anställningsformer än tillsvidareanställning på grund av den otrygghet de innebär.

44 procent 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 en fjärdedel av respondenterna tycker inte att det är tillräckligt långsiktigt om de inte är tillsvidareanställda och lika många upplever att de skulle riskera att hamna i vikariefacket.

Men, det är trots allt bara ca 10 procent 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 dock den andelen 16 procent.

I den yngsta åldersgruppen är det fler, 40 procent, som anger att de inte vill hamna i vikariefacket och också klart högre andel (57 procent) som ser det för otryggt/osäkert att inte vara fast anställd. Den ekonomiska tryggheten anger över 80 procent av 30-50-åringar som skäl, både bland yngre och äldre är andelen lägre.

	Alla	Män	Kvinnor
Ekonomisk trygghet (har familj, hus, lån, försörjningsplikt, fasta utgifter – behov av fast inkomst)	77%	74%	78%
Vill vara en del av företaget	44%	42%	45%
Otryggt/osäkert (vill ha säkerhet/trygghet istället för osäkerhet och stress)	38%	29%	41%
Ej långsiktigt (kontinuitet viktigt – det är långsiktighet som gäller)	26%	35%	23%
Vill inte hamna i vikariefacket/Vill inte söka nya jobb hela tiden	26%	22%	28%
Har fast anställning idag, varför byta? (Har vant mig vid det)	23%	23%	23%
Har provat/Vill inte ha (trivdes inte, inte värt det, mycket arbete)	9%	10%	9%
Åldern (hög ålder, risk att bli först ut, riskfyllt vid hög ålder, svårt att få nya jobb då)	9%	11%	8%
Annat	2%	0%	2%

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

	Alla	Män	Kvinnor
Privata kontakter	61%	61%	61%
Professionella kontakter	59%	61%	59%
Rekryteringsföretag/Headhunter	55%	56%	55%
Platsannonser/Internet	42%	39%	55%
Internrekrytering	17%	13%	18%
Spontanansökan	15%	14%	16%
Platsannonser/Print	7%	8%	7%
Arbetsförmedlingen	6%	6%	6%
Sociala nätverk, t ex Facebook	6%	7%	6%
Annat	1%	1%	1%

Den stora skillnaden jämfört med föregående års undersökning blir direkt uppenbar när ”Privata kontakter” i år får 61 procent och ”Professionella kontakter” får 59 procent, dvs. nästan lika mycket. Föregående år hade de två alternativen 73 procent respektive 45 procent, och rekryteringsföretag låg då före professionella kontakter. Rekryteringsföretag ligger dock kvar på samma nivå som tidigare, likväl som Spontanansökan och Platsannonser Print. Svagt uppåt går Platsannonser Internet, Internrekrytering och Arbetsförmedlingen som tredubblar sin andel. Sociala nätverk får dock lika mycket, vilket visar att Arbetsförmedlingen fortfarande inte är den plats där kommunikatörer hittar jobben.

Skillnaderna mellan könen är få, kvinnor anger i något högre utsträckning Platsannonser Internet och Internrekrytering som de bästa kanalerna för att hitta nytt jobb. Internrekrytering och Spontanansökan ligger högt i den yngsta åldersgruppen (25 procent respektive 23 procent) men de tror å andra sidan mindre på rekryteringsföretag än genomsnittet (38 procent). 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 (73 procent) och privata kontakter (67 procent) men är inte övertygade om Platsannonser. Grupperna är väldigt jämna i sina åsikter om fördelen med rekryteringsföretag. De enda grupper som tar sig över 60 procent är de som idag arbetar som Marknadsförare (63 procent) och de som idag har en tillsvidareanställning (60 procent)

Det är intressant att göra en kort jämförelse mot hur respondenterna faktiskt fick sitt senaste jobb. De flesta, 19 procent, fick sitt jobb genom Platsannonser/Internet medan Privata kontakter kom på andra plats på 18 procent. Professionella kontakter och Rekryteringsföretag kom på 3e och 4e plats med 15 procent respektive 14 procent. Uppfattningen motsvarar utfallet relativt bra när det bara handlar om små positionsförändringar.

1.2.9 Har du någon gång blivit anställd genom privata kontakter?

	Alla	Män	Kvinnor
Ja	67%	71%	65%
Nej	33%	30%	35%

Två tredjedelar av respondenterna anger att de har blivit anställda genom privata kontakter, andelen är något högre bland män och ökar även med stigande ålder. Även de som kan tänka sig annan anställning än fast anställning och de som idag har en tidsbegränsad anställning ligger något högre (70 procent).

1.2.9.1 Vilka fördelar/nackdelar med att bli anställd genom privata kontakter har du själv upplevt?

De som svarade ”Ja” på frågan ovan fick utveckla i fritext vad det såg för fördelar och nackdelar med att bli anställd genom privata kontakter. Det kom in drygt 1250 svar, en sammanfattning presenteras här.

Fördelar:

Många respondenter känner sig tryggare i anställningsprocessen om de har fått komma till en arbetsgivare på intervju baserat på privata (eller professionella) kontakter. Den potentiella arbetsgivaren vet då redan mycket om hur man är som person, om man kommer att fungera i organisationen. Den som söker vet samtidigt antagligen mycket om företaget sedan tidigare och kan efter avslutad anställningsprocess lättare och fortare komma in i sin roll. Att den potentiella arbetsgivaren redan från början känner till faktiska styrkor och svagheter hos en sökande känner många är skönt. De är där för att de är den de är. De upplever att de i större utsträckning kan vara sig själv och att hela situationen är mer avslappnad. En del svar handlar också om processen innan anställningsintervjun. Flera respondenter upplever det som avsevärt enklare och lättare att komma till intervju via kontakter. Dels slipper de skriva ihop ett personligt brev och dels upplever de att det är en konkurrensfördel mot andra sökande. ”Pre-approved” beskrev en respondent det som. Processen går därefter fort och enkelt, det blir inte utdragna processer med flera intervjurundor.

Nackdelar:

En stor andel av respondenterna upplever inte att det finns några nackdelar. En större andel beskriver dock nackdelar som mer än tar ut de fördelar som finns. Om fördelarna handlar om det som händer i anställningsprocessen så handlar nackdelarna om det som händer när man väl börjar på det nya jobbet. Många respondenter beskriver då att de upplever en beroendeställning till kontakten samtidigt som kontakten känner ett visst ansvar för att denne rekommenderade personen i fråga. Det kan påverka vänskapen dem emellan om allt inte går som det är tänkt. Speciellt farligt blir detta i fall när vänskapen har fått gå före kompetensen. Det finns också en risk att personen, eller arbetsplatsen, inte har blivit korrekt beskriven för respektive part vilket leder till slitningar när arbetet väl påbörjats. Förväntningarna kan vara höga på den anställde som har mer att bevisa än vad denne skulle ha haft efter en vanlig anställningsprocess. Samtidigt uttalar några respondenter att de själva har satt högre krav på sig för att inte göra den som rekommenderade dem besviken. Andra slitningar som kan uppstå är i relationen till andra anställda på företaget. Vad tror de egentligen om kompetensen hos den som har kommit in "på en räckmacka"?

1.2.10 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. 178 personer fick frågan, varav 13 procent svarade "Ja", vilket motsvarar 23 personer. Basen är för liten för att dela upp på ytterligare nedbrytningar

1.2.11 Vilket företag var bäst på kommunikation inom den privata sektorn under 2007?

	Alla
IKEA	20%
ICA	12%
H&M	5%
Volvo	3%
Ericsson	3%
Saab	3%
Fritidsresor	3%
Telia	2%
Apple	2%
SEB	2%
AMF	2%
Facebook	1%
Avanza	1%
Tre (3)	1%
Arla	1%
Företag med 2-9 svar	24%
Företag med 1 svar	15%

Tabellen visar resultatet bland de som har gett ett svar med företagsnamn, 1104 respondenter.

De tre första företagen behåller sina positioner från föregående år. Ikea hade då 18 procent, ICA 11 procent och H&M 8 procent av rösterna. Även Volvo och Ericsson låg högt. Föregående års fjärdeplats, Fritidsresor, halkar dock ned från 5 procent till 3 procent och en sjundeplats. För två år sedan låg Fritidsresor i topp på 27 procent...

Telekommunikationsbranschen var mer välrepresenterad föregående år, då fanns alla telefonoperatörer utom (3) representerade på topplistan. Nu har både Tele2 och Telenor ramlat ur, medan (3) har kommit in.

Ny på listan är också Saab, Apple, Facebook, Avanza och Arla.

1.2.12 Vilken offentlig verksamhet eller organisation var bäst på kommunikation under 2007?

	Alla
Skatteverket	9%
Apoteket	6%
Rädda Barnen	5%
Röda Korset	3%
SJ	3%
Försvaret	3%
Systembolaget	3%
Moderaterna	3%
SVT	3%
Vägverket	3%
Cancerfonden	2%
Stockholm Stad	2%
Friends	2%
Försäkringskassan	2%
Landstinget	1%
Posten	1%
PPM	1%
Alkoholkommitén	1%
Läkare utan gränser	1%
Socialdemokraterna	1%
Vattenfall	1%
Organisationer med 2-9 svar	28%
Organisationer med 1 svar	17%

Tabellen visar resultatet bland de som har gett ett svar med organisationsnamn, 943 respondenter.

Föregående års valårseffekt har avtagit. Moderaterna låg då på första plats men har halkat ner rejält nu och lämnar istället rum för Skatteverket att ta sig upp i topp på listan. Även Apoteket ökar och går fram till en andraplacering.

Trots att det inte är valår kommer socialdemokraterna in som nya på topplistan. Det ska dock nämnas att flera av de respondenter som hade skrivit Socialdemokraterna hade gjort det med tillägget att deras bästa kommunikationsinsats var att de har varit tysta...

På topplistan ryms också fyra ideella organisationer. Rädda Barnen och Röda korset var med redan föregående år, men nu har även Cancerfonden och Läkare utan gränser tagit sig upp och in på listan.

1.2.13 Årets viktigaste kommunikationsinsats 2007

Kommunikation är ett viktigt och kraftfullt vapen för rättvisa och förändring när det används rätt. Hammer & Hanborg ville lyfta fram en viktig kommunikationsinsats som gjort skillnad för människor under 2007. En organisation eller person som utan vinstintresse och med hjälp av kommunikation verkat för medmänsklighet.

Svaren från 891 respondenter behandlades av en jury som utsåg fem kommunikationsinsatser som årets bästa: Al Gore och klimatdebatten, Operation kvinnofrid; Okejsex.nu för respektfullt sex, IOGT-NTO; rörelsen Vit Jul, för barns rätt till nyktra föräldrar över julen och Läkare utan gränser; kistkampanjen mot barnadödlighet/SMS:a bort en kista, med Anton Abele; Facebookinitiativet mot gatuvåld som vinnare. Det var många i undersökningen som föreslog Anton Abele till nomineringen, men det var inte alla respondenter som kom ihåg hans namn. Däremot kom alla ihåg händelsen och att en ung kille startade ett upprop på Internet som spred sig till manifestatiner i Kungsträdgården och på andra ställen.

1.2.14 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 1650 respondenter ville ge sin syn på framtiden, en sammanfattning presenteras här. Alla öppna svar återfinns i bilaga.

Kommunikationen i samhället; internt i företag, externt från företag och mellan individer i samhället ökar redan idag. Respondenterna spår att denna utveckling kommer att fortsätta, och även intensifieras. Vi är i dag bara i början av Internets utveckling och det kommer att komma en mängd nya kanaler, nya medier och nya kommunikationsmöjligheter i takt med att nya teknologiska framsteg görs. All denna ökade kommunikation kommer även att leda till en ökad reklamtrötthet vilket gör att kraven ökar på kommunikatörer. En större bredd av kommunikationsmöjligheter kräver även en ökad specialisering för att kunna utnyttja alla kanaler till fullo. Det kommer också att göra att yrkesrollen blir mer akademiskt krävande.

Många svar handlar även om att kommunikatörer kommer att bli viktigare för företag som vill nå ut för att ta sig genom bruset. Finansiella resultat kommer att bli viktigare som styrmedel än vad de är idag och statusen på kommunikatörsyrket kommer att öka. Vi kommer att se informatörer-kommunikatörer i ledande roller i högre utsträckning.

Slutligen påverkar klimatdebatten även kommunikatörsrollen. CSR, hållbarhetstänkade, fokus på etik, miljö och rättvisa, resursbrist och mycket mer ingår i en mer globaliserad bild av vad som kommer att påverka yrkesrollen. Det är dock oklart hur allt detta kommer att påverka kommunikatören.

1.2.15 Vilken är din drömarbetsgivare?

	Alla
IKEA	9%
FN	3%
H&M	3%
Ericsson	1%
Google	1%
Rädda Barnen	1%
Regeringskansliet	1%
SonyEricsson	1%
Bonnier	1%
SAS	1%
Fritidsresor	1%
Röda Korset	1%
Apple	1%
Sida	1%
Arla	1%
Nike	1%
SVT	1%
Volvo	1%
SEB	1%
Min nuvarande arbetsgivare	3%
Egen företagare	8%
Ej namngivet företag	19%
Företag med 2-9 svar	20%
Företag med 1 svar	20%

Tabellen visar resultatet bland de som har svarat på frågan, utan vet-ej-svar, 1552 respondenter.

IKEA är ohotad etta på listan över drömarbetsgivare. 9 procent av respondenterna anger tydligt att de helst vill jobba där. Därefter följer några svenska storföretag, internationella organisationer, hjälporganisationer och även några utländska företag (Google, Apple, Nike). Ingen är dock i närheten av IKEAs nivåer.

3 procent av respondenterna säger att de redan jobbar hos sin drömarbetsgivare, ytterligare 8 procent säger att de själva är sin egen drömarbetsgivare.

Det verkar finnas få företag som generellt är en drömarbetsgivare, med tanke på att 40 procent av respondenterna har angett företag som har fått mellan 1-9 svar. Och det handlar till stor del om små företag i kommunikationsbranschen.

Ytterligare 20 procent har inte namngett något specifikt företag utan istället beskrivit hur de vill att drömarbetsgivaren ska vara. Generaliserat går dessa svar att dela upp i två kategorier. En kategori som fokuserar på den personliga utvecklingen och att de vill arbeta på ett företag som bidrar positivt på något sätt. Gärna med ideell verksamhet, världsförbättring, samhällsansvar och dylikt. Den andra gruppen fokuserar på att de vill arbeta på ett företag som är erkänt duktiga på kommunikation, helst på en reklambyrå eller annat kommunikationsföretag. Olika förlag kommer också upp ofta i den gruppen.

Utöver dessa två grupper handlar många av de beskrivande svaren om internationella jobb på storföretag eller snabbväxande mindre företag. De företag som finns med på listan speglar i viss mån de tankar om drömarbetsgivaren som kommer upp bland de som har formulerat egenskaper istället för att namnge ett företag.

1.2.16 Vad karaktäriserar den drömarbetsgivare du uppgav i föregående fråga?

	Alla	Män	Kvinnor
1. En affärsidé jag sympatiserar med	45%	45%	45%
5. Starkt varumärke	35%	38%	35%
7. Erkänt duktiga på kommunikation	31%	28%	32%
8. Internationell verksamhet	30%	33%	29%
6. Affärsdrivande	26%	28%	25%
2. Karriärmöjligheter	20%	17%	22%
3. Arbetar med integrerad kommunikation	19%	19%	19%
10. Ett gott syfte/Ideell verksamhet	18%	15%	18%
9. Hög etik	17%	15%	18%
11. Publikt, stort mediaintresse	15%	18%	14%
4. Trygghet/stabil organisation	11%	11%	11%
12. Offentlig sektor	2%	2%	2%
Annat	10%	12%	10%

Nästan hälften av de som svarat på vad som karaktäriserar deras drömarbetsgivare anger att den har en affärsidé de sympatiserar med. Även att den har ett starkt varumärke och är erkänt duktiga på kommunikation kommer högt på vad som är deras drömarbetsgivares karaktäristika. Siffrorna till vänster i tabellen anger på vilken placering motsvarande alternativ kom när respondenterna tidigare fick svara på vad som karaktäriserade en attraktiv arbetsgivare. Det blir en del omplaceringar på listan när det kommer till drömarbetsgivaren. Mest noterbart är att de tidigare så viktiga karriärmöjligheterna förlorar i styrka när det kommer till drömarbetsgivaren samt att trygghet/stabil organisation i väldigt liten utsträckning är något som finns hos drömarbetsgivaren. Att drömarbetsgivaren sysslar med integrerad kommunikation är en åsikt som ökar med stigande ålder, samtidigt som det är de yngre grupperna som anser att drömarbetsgivaren är erkänt duktiga på kommunikation. Yngre åldersgrupper anser även att drömarbetsgivaren har karriärmöjligheter och ett publikt, stort medieintresse. Drömarbetsgivaren i den privata sektorn har en affärsdrivande verksamhet och i den offentliga sektorn blir ideell verksamhet viktigt

1.2.17 Är du man eller kvinna?

Resultaten ser ut precis som i föregående undersökning. Nära 7 av 10 respondenter är kvinnor. Männen återfinns i de högre åldersgrupperna, i något högre utsträckning bland de som jobbar inom privat sektor, bland de som har Marknadsförare som yrkesidentitet, de som kan tänka sig annan anställning än fast, egna företagare, arbetssökande och studenter.

	Alla
Man	31%
Kvinna	69%

1.2.18 Hur gammal är du?

Den största andelen av respondenterna är mellan 31-40 år, 45 procent. Andelen kvinnor är högre i alla åldrar förutom 51 år eller äldre. Egna företagare är den äldsta gruppen med 44,3 år i medelålder.

	Alla	Män	Kvinnor
20-30 år	17%	13%	18%
31-40 år	45%	44%	46%
41-50 år	27%	25%	27%
51-60 år	10%	15%	8%
61 år eller äldre	2%	3%	1%
Medelålder	38.5	40.1	37.8

1.2.19 Vilket postnummerområde bor du i?

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

	Alla	Män	Kvinnor
10-19	66 %	62%	67%
20-29	11%	14%	10%
30-39	2%	3%	2%
40-57	13%	13%	13%
58-62	1%	1%	1%
63-81	5%	5%	6%
82-98	1%	1%	1%

Andelen som bor i Stockholm är fortsatt störst, 66 procent, men den har minskat något från föregående mätning 70 procent. Istället ökar Göteborg med 1 procentenhet och Malmö med 2 procentenheter. Cirka var tionde respondent bor utanför någon av de tre storstadsregionerna.

1.2.20 Vilken är din högsta slutförda utbildning?

	Alla	Män	Kvinnor
Gymnasieutbildning eller motsvarande	2%	4%	2%
Eftergymnasial utbildning som exempelvis IHM, Berghs eller motsvarande	17%	17%	16%
Högskola/Universitet upp till tre år	22%	19%	23%
Högskola/Universitet mer än tre år	59%	61%	59%

Drygt 80 procent av respondenterna har studerat på högskola, 60 procent 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. Baserat på anställningsform har egenföretagare och arbetssökande lägre andel längre högskoleutbildning.

Epilog

Tack alla ni som medverkat i denna undersökning! Tack också alla ni som tagit del av resultatet. Låt oss få veta vad ni tycker! Nu börjar arbetet med att gå vidare och få ytterligare kunskap. Tack vare resultaten från undersökningen, den fördjupande diskussionen på Nalen och den fortsatta diskussionen på webben kommer vi att kunna vara det vi satt upp som mål - en röd tråd för dig som kommunikatör genom hela yrkeskarriären.

För att ta nästa steg behöver vi din hjälp. Välkommen att göra historia och förändra framtiden. Tack för din hjälp!

Vi ses!

Christina Hammer

Åsa Falkman

Niclas Jernberg

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