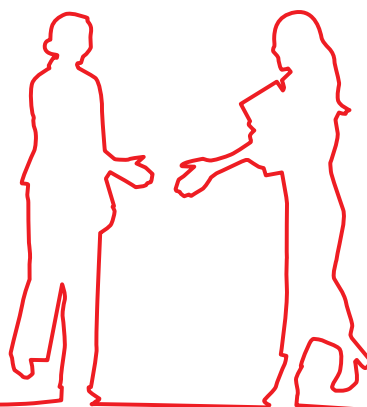

Kommunikatören 2007



Innehållsförteckning

| | |
|---|-----------|
| Förändring för framtiden | 3 |
| Om Hammer & Hanborg | 3 |
| Kommunikatören | 4 |
| Om undersökningen | 5 |
| Målgrupp | 7 |
| Upplägg & Genomförande | 7 |
| Svarsfrekvens | 7 |
| Resultatredovisning | 8 |
| 1 Nuvarande arbetssituation | 9 |
| 1.1 Hur fick du ditt senaste jobb? | 9 |
| 1.2 Hur många jobb sökte du innan du fick ditt senaste? | 10 |
| 1.3 Vad fick dig att byta jobb senast? | 11 |
| 1.4 Hur många jobb inom kommunikation/information/marknadsföring har du haft de senaste 5 åren? | 12 |
| 1.5 Vilken befattning har du idag? | 13 |
| 1.6 Hur många års arbetslivserfarenhet har du inom kommunikation/ information/ marknadsföring? | 14 |
| 1.7 Vilken anställningsform har du idag? | 15 |
| 1.8 Inom vilken sektor arbetar du idag /har du din senaste arbetslivserfarenhet från? | 16 |
| 1.9 Hur många anställda arbetar på ditt företag? | 17 |
| 1.10 Vad arbetar du i huvudsak med? | 18 |
| 1.11 Tycker du att det ställs högre krav på dig som kommunikativ idag om du jämför med de krav som ställdes för 5 år sedan? | 19 |
| 2 Yrkesutveckling | 20 |
| 2.1 Skulle du vilja byta jobb inom det närmaste året? | 20 |
| 2.2 Vad prioriterar du när du söker en ny tjänst? | 21 |
| 2.3 Vad karaktäriserar en attraktiv arbetsgivare för dig som kommunikativ? | 22 |
| 2.4 Vilken/vilka kanaler/vägar anser du vara bäst för att hitta ett nytt jobb? | 23 |
| 2.5 Hur stort företag vill du helst arbeta på? | 24 |
| 2.6 Kan du tänka dig en annan anställning än fast anställning? | 25 |
| 2.6.1 Vilka tycker du är fördelarna med annan anställning än fast anställning? | 26 |
| 2.6.2 Varför kan du inte tänka dig en annan anställningsform än en fast anställning? | 27 |
| 2.7 Vilket företag var bäst på kommunikation inom den privata sektorn under 2006? | 28 |
| 2.8 Vilken offentlig verksamhet eller organisation var bäst på kommunikation under 2006? | 29 |
| 3 Bakgrund | 30 |
| 3.1 Är du man eller kvinna? | 30 |
| 3.2 Hur gammal är du? | 31 |
| 3.3 Vilket postnummerområde bor du i? | 32 |
| 3.4 Vilken är din högsta slutförda utbildning? | 33 |
| Prolog | 34 |

Förändring för framtiden

Förändring. Det är den korta och kärnfulla sammanfattningen av vad som kommer att krävas av morgondagens kommunikatörer. Nya kanaler, mottagare och metoder ställer nya krav på förmågan att kommunicera. I Kommunikatören 2007 har vi för tredje gången tagit temperaturen på en bransch i rörelse. En bransch som går mot att få större betydelse för allt fler och som på många sätt verkar i framtiden redan idag.

Hur ser då dagens kommunikatörer på det som håller på att hända? Tempot är högre på alla områden. Kanalerna är fler, budskap ska fungera sammanhängande i alla medier och alltid vara utformade för dialog och interaktion. Allt fler måste klara av att tänka strategiskt, integrerat och övergripande samtidigt som de är kanalspecialister. Frågan är om vi ens kan se oss som informatörer längre i dessa tider då allt är minst dubbelriktad?

Det ställs också allt större krav affärskompetens och möjligheterna till återkoppling har ökat dramatiskt. Synen på verkligheten är att den går att mäta, mäta och mäta igen för

att kunna dra korrekta slutsatser och välja rätt strategi. Det räcker inte längre att påvisa nyttan med de investeringar som görs i ökad kännedom eller vunna guldägg. Idag måste kommunikatörer klara av att visa vad varje marknadsaktivitet betyder i ökad försäljning. ROI (Return On Investment) har blivit ett nyckelbegrepp. Liksom att varumärke och försäljning går hand i hand.

Samtidigt uttrycker många en frustration över att den egna kompetensen inte tas tillvara av företaget. Slösar företagen med kommunikatörernas kunskap? Eller är det i själva verket tvärtom – att vi vill och kan mer än företagen verkligen behöver?

En sak är helt säker – förändring är det nya svarta.

Om detta och mycket mer kan du läsa om i Kommunikatören 2007.

Mycket nöje!

Om Hammer & Hanborg

Vi är Sveriges största företag när det gäller rekrytering och bemanning inom kommunikation, information och marknadsföring. Vi har blivit det genom att våga vara annorlunda och alltid arbeta hårt för våra uppdragsgivare, oavsett om de söker jobb eller vill rekrytera.

Omtanke om människor och deras möjlighet till utveckling präglar vårt arbete. Vår nära relation med professionella kommunikatörer är en avgörande framgångsfaktor. Vi arbetar för att stärka kommunikatörens status och strävar efter att vara en röd tråd genom hela yrkeskarriären - från student till specialist och executive.

Hammer & Hanborg grundades 1994 och finns idag i Stockholm, Göteborg, Malmö och Oslo.

Företaget har totalt 100 anställda. År 2006 genomförde vi 250 rekryteringar.

Vill du veta mer? Ring 08 459 03 50 eller titta in på www.hammerhanborg.com

Kommunikatören

För tredje gången genomför vi på Hammer & Hanborg undersökningen Kommunikatören. Vår ambition har som alltid varit att kartlägga branschens nuläge och vilka utmaningar som står för dörren. Resultatet denna gång blev det mest spännande sedan starten.

I årets undersökning ville vi gå ännu längre. Därför inkluderade vi ett antal öppna frågor där de tillfrågade själva fick formulera svaren. Dessutom lät vi flera frågor innehålla svarsalternativet, "Annat svar", där respondenterna också fick svara fritt.

Vi har analyserat och bearbetat de närmare 400 tättskrivna A4 sidor som dessa öppna frågeställningar gav upphov till. I analysarbetet har vi sedan fångat upp trender och uppfattningar. På Nalen den 3 maj 2007 fick 400 inbjudna kommunikatörer möjlighet att ytterligare fördjupa sig i ett antal utvalda frågor. Deltagarna formulerade svarsalternativ och röstade sedan fram det mest relevanta svaret. Till hjälp hade de mentometernappar och diskussionen leddes av Mikael Tornving.

Följande frågor diskuterades

- Vilken är din yrkesidentitet?
- 73 procent anser att privata kontakter är bästa sättet att ordna nytt jobb, men bara 26 procent har fått sitt senaste arbete den vägen. Varför tror vi att det förhåller sig på detta sätt?
- Det ställs högre krav idag än för 5 år sedan säger 70 procent. På vilket sätt?
- Varför byter vi arbete så ofta? 16,5 gånger under ett normalt yrkesliv. 70 procent vill byta arbete närmaste året. Varför det?
- Varför är vi missnöjda med vår arbetsplats?
- Stimulerande arbetsuppgifter är vår viktigaste drivkraft vid jobbyte. Vilka är de?
- Vilka tror du kommer att vara din a viktigaste arbetsuppgifter om 5-10 år?

För oss på Hammer & Hanborg som är sprungna ur kommunikatörsskrået, och med förmånen att dagligen få möta många kollegor, är den bild som växer fram oerhört intressant. Den visar tydligt en bransch i förändring. Uppenbart är att vi alla påverkas av de möjligheter allt fler kanaler ger och den dialogbaserade kommunikation Internet skapar. Vi ser också en bransch som blivit mer välutbildad och som förflyttas allt närmare företagets affärer. Ett högre tempo och mer omedelbar relation till omvärlden ställer andra krav på kommunikationen. Karriären byggs genom att byta arbete ofta och stimulerande nya arbetsuppgifter lockar.

Frågor som leder till nya frågor men med ett tydligt mål – att följa den röda tråden till dess att vi skapat en tydlig bild av vårt vi är på väg.

Om undersökningen

Denna webbenkät, som skickades till samtliga kommunikatörer som finns med i Hammer & Hanborgs kontaktnät, har besvarats av 3 062 personer. Syftet med undersökningen är att kartlägga hur kommunikatörerna ser på sin nuvarande arbets-situation, vad som är viktigt när de söker nya arbeten och hur de ser på sin framtida arbetssituationen.

Om respondenterna

7 av 10 respondenter är kvinnor, nästan hälften är mellan 31-40 år och de bor företrädesvis i Stor-Stockholm. Tre fjärdedelar av respondenterna arbetar inom privat sektor och 40 procent arbetar med både information och marknadsföring.

73 procent ser privata kontakter som vägen till nästa arbete, men bara 26 procent fick sitt senaste arbete så
När respondenterna fick ange hur de fick sitt senaste jobb så svarade 26 procent privata kontakter. Därefter kom platsannonser på Internet och Rekryteringsföretag. Platsannonser i print hamnade klart längre ner. Privata kontakter var viktigare för män och platsannonser på Internet viktigare för kvinnorna. 73 procent av respondenterna angav privata kontakter som den väg de anser vara bäst för att hitta ett nytt jobb. Rekryteringsföretag och Professionella kontakter anses också vara bra kanaler. Arbetsförmedlingen ser bara 2 procent av respondenterna som en bra väg till nästa arbete.

De har sökt drygt 10 jobb innan de fick sitt senaste

Medelvärdet är att man sökt 10,8 jobb,, jämnt mellan män och kvinnor. Det är en stor andel (28 procent) som bara behövde söka det jobb de har idag och inte några andra och sedan ligger majoriteten av respondenterna mellan 2-20 ansökningar innan de fick anställning. Respondenter i äldre åldersgrupper och med längre erfarenhet behövde inte söka lika många jobb.

Förändring och utmaningar var orsaken till jobbytet

34 procent av respondenterna ville ha nya krav och utmaningar och bytte därför jobb. Nästan lika många kände ett behov av förändring från den situation som de då hade. Högre lön ville 17 procent ha, något som var vanligare bland män än kvinnor.

2 jobb de senaste 5 åren

Det är ett jämnt medelvärde på 2.1 jobb de senaste fem åren för både män och kvinnor. Med stigande ålder ökar andelen som bara haft ett jobb de senaste fem åren. Som medelvärde under en karriär byter vi alltså arbete 16,5 gånger. De som kan tänka sig annan anställningsform än fast anställning har också haft fler jobb i genomsnitt.

6 av 10 är specialister

Majoriteten av de som deltog i undersökningen är specialister, knappt 25 procent är chefer. 1 av 10 jobbar inte inom kommunikation/information/marknadsföring idag och 9 procent är arbetslösa. 2 procent av respondenterna var studenter.

Kraven är högre idag än tidigare

7 av 10 respondenter tycker att kraven på dem idag är högre än vad de var för fem år sedan. De upplever detta främst genom att kommunikationsmarknaden hela tiden expanderar. Nya kanaler och metoder tillkommer samtidigt som kommunikationen blir mer central för många företag vilket gör att avkastningskrav börjar ställas. Detta ger ett högre tempo och ökade krav på bredare och djupare kunskap.

Hög prioritet på stimulerande arbetsuppgifter när man söker ny tjänst

70 procent vill ha mer stimulerande arbetsuppgifter, vilket är mer än dubbelt så hög andel som har angett det näst mest vanliga alternativet – nya krav och utmaningar. Hög grundlön kommer som tredje viktigaste alternativ.

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 drygt 30 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. De 40 procent som inte vill ha något annat än tillsvidareanställning vill ha det främst för att behålla en ekonomisk trygghet.

Om undersökningen

Ikea och Moderaterna bäst på kommunikation 2006

Fritidsresor fick mycket beröm i den tidigare undersökningen men har här fallit tillbaka och lämnat plats för Ikea, ICA samt H&M som tar de tre topplaceringarna. Respondenterna fick även svara på vilken offentlig verksamhet eller organisation de tyckte varit bäst på kommunikation under 2006, där Moderaterna toppade i svarstabellen, med Alliansen på fjärde plats. Skatteverket, Rädda Barnen och Apoteket fullgör fem-i-topp-tabellen.

Fortsättning på Kommunikatören 2007

80- och 90-talisterna är på väg in och kommer att påverka yrkesrollen. På frågan ”vad tror du kommer att påverka yrkesrollen på 5-10 års sikt och på vilket sätt” svarade många att med yngre generationer som kommer in som kunder och medarbetare kommer nya krav att ställas på hur arbetet med kommunikationen utförs. Integrerad kommunikation, globalisering och avkastningskrav ses som andra påverkansfaktorer till den framtida yrkesrollen.

Seniora roller om 5-10 år

Inom en tidsrymd på 5-10 år tror en stor andel av respondenterna att de kommer att ha avancerat och då vara chef/ledare eller fristående konsulter med ett brett spektrum av arbeten inom kommunikation, projektledning och rådgivning. Affärstänkande kommer att bli viktigare i yrkesrollen och arbetet med varumärken kommer att ske alltmer långsiktigt och strategiskt.

Målgrupp

Målgrupp för studien är samtliga kandidater som finns i Hammer & Hanborgs kontaktnät.

Detta innehåller 15 116 personer, som själva har registrerat sina uppgifter sedan företaget startade 1994.

Upplägg och genomförande

Den 5 mars 2007 skickades enkäten via e-post till medlemmarna i kontaktnätet.

TVå påminnelser gick ut till dem som inte svarat på första utskicket. De skickades den 9 respektive 13 mars. Den 16 mars stängdes enkäten.

Kandidaterna fick svara på 31-32 frågor beroende på hur de svarade på övriga frågor (vissa frågor var villkorade av svaret på tidigare frågor).

Svarsfrekvens

Enkäten skickades ut till 15 116 personer med e-postadress. 4 094 av dessa var ej kontaktbara vilket reducerar nettourvalet till 11 022 personer. Enkäten besvarades av 3 680 personer varav 618 inte hade fyllt i enkäten tillräckligt för att det

skulle kunna anses vara fullständiga svar. Det totala antalet respondenter som följande rapport baseras på är alltså 3 062 respondenter vilket motsvarar en nettosvarsfrekvens på 27,8 procent.

Resultatredovisning

Resultaten redovisas med totalsiffror samt med uppdelning på nedanstående undergrupper:

| | | Respondenter | |
|---|-------------------------------------|--------------|---------|
| | | Antal | Procent |
| Samtliga | | 3,062 | 100% |
| Kön | Män | 934 | 31% |
| | Kvinnor | 2,119 | 69% |
| Ålder | 20-30 år | 495 | 16% |
| | 31-40 år | 1,414 | 46% |
| | 41-50 år | 809 | 26% |
| | 51-60 år | 302 | 10% |
| | 61 år eller äldre | 35 | 1% |
| Arbetar inom | Privat sektor | 2,357 | 77% |
| | Offentlig sektor | 689 | 23% |
| Arbetar i huvudsak med | Information | 762 | 25% |
| | Marknadsföring | 608 | 20% |
| | Både information och marknadsföring | 1,159 | 38% |
| | Annars | 511 | 17% |
| Postnummerområde | 10-19 | 2,133 | 70% |
| | 20-29 | 289 | 9% |
| | 30-39 | 48 | 2% |
| | 40-57 | 353 | 12% |
| | 58-62 | 48 | 2% |
| | 63-81 | 161 | 5% |
| | 82-98 | 30 | 1% |
| Kan tänka sig annan anställning än fast | Ja | 1,826 | 60% |
| | Nej | 1,226 | 40% |
| Nivå på tjänst | Specialist 0-3 år | 257 | 8% |
| | Specialist 4-5 år | 238 | 8% |
| | Specialist 6-10 år | 625 | 20% |
| | Specialist 11+ år | 579 | 19% |
| | Chef 0-5 år | 83 | 3% |
| | Chef 6-10 år | 215 | 7% |
| | Chef 11+ år | 384 | 13% |
| Anställningsform | Tillsvidareanställning | 1,920 | 63% |
| | Tidsbegränsad | 479 | 16% |
| | Arbetssökande | 296 | 10% |
| | Egen företagare | 362 | 12% |
| Skulle vilja byta jobb inom närmaste året | Ja | 2,106 | 69% |
| | Nej | 923 | 30% |

1 Nuvarande arbetssituation

1.1 Hur fick du ditt senaste jobb?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|--------------------------------|------|-----|---------|
| Privata kontakter | 26% | 31% | 24% |
| Platsannons/internet | 20% | 16% | 22% |
| Rekryteringsföretag/Headhunter | 16% | 14% | 16% |
| Professionella kontakter | 10% | 12% | 10% |
| Platsannons/print | 9% | 9% | 9% |
| Internrekrytering | 6% | 5% | 7% |
| Spontan ansökan | 5% | 4% | 5% |
| Arbetsförmedlingen | 3% | 2% | 3% |
| Annat sätt | 5% | 6% | 4% |

Precis som vid föregående undersökning är det privata kontakter som är det vanligaste sättet respondenten fick sitt senaste jobb genom. Cirka en fjärdedel av respondenterna totalt anger detta, och det är något vanligare bland män än bland kvinnor.

Platsannons på Internet är det näst vanligaste sättet, med platsannons i printmedia först som femte största svarsalternativ. Före platsannons i printmedia kommer både rekryteringsföretag och professionella kontakter.

Arbetsförmedlingen är även fortsatt det minst vanliga alternativet, endast 3 procent av respondenterna har angett att de fick sitt senaste jobb via den.

Nivåerna för respektive alternativ har inte ändrats nämnvärt sedan föregående undersökning genomfördes 2005.

I den yngsta åldersgruppen (20-30 år) är Internet den största rekryteringsvägen (27 procent) och privata kontakter samt platsannonser i print blir viktigare upp i de äldre åldersgrupperna. Rekryteringsföretag är vanligast bland de mellan 31-40 år.

Privata kontakter är avsevärt viktigare i den privata sektorn än i den offentliga (29 procent jämfört med 16 procent). Den offentliga sektorn har istället en något högre tyngd på platsannonser.

1.2 Hur många jobb sökte du innan du fick ditt senaste?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|------------|------|------|---------|
| 0 | 28% | 31% | 26% |
| 1 | 8% | 7% | 9% |
| 2-5 | 24% | 24% | 24% |
| 6-10 | 12% | 11% | 13% |
| 11-20 | 11% | 9% | 11% |
| 21-50 | 9% | 9% | 9% |
| 51+ | 8% | 8% | 8% |
| Medelantal | 10,8 | 10,7 | 10,9 |

De allra flesta sökte inte fler jobb än det senaste de fick (28 procent), det vill säga att det var det enda dom sökte. En liten andel sökte ytterligare ett jobb. Nästa stora grupp ligger mellan 2-5 jobb där 24 procent av respondenterna återfinns. Därefter sjunker andelen av respondenterna i takt med att antalet sökta jobb ökar.

Det är något vanligare bland män än kvinnor att inte ha sökt några andra jobb, men skillnaderna är överlag små mellan könen. I åldersgrupperna är det framförallt de mellan 20-30 år som har det lite motigare där bara 17 procent har lyckats få det första jobb de sökte. Istället är det hela 28 procent av dem som fått söka över 20 jobb innan de fick sitt senaste.

Bland chefer är det över 40 procent som inte behövde söka några andra jobb och bland specialister går det från 16 procent bland de som varit specialister 0-3 år upp till 31 procent bland de som varit specialister i 11 år eller längre.

1.3 Vad fick dig att byta jobb senast?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|--|------|-----|---------|
| Nya krav och utmaningar | 34% | 38% | 32% |
| Kände ett behov av förändring | 31% | 31% | 30% |
| Bättre framtida karriärmöjligheter | 23% | 23% | 24% |
| Missnöjd med mitt gamla jobb | 18% | 17% | 19% |
| Högre lön | 17% | 22% | 14% |
| Blev uppsagd | 14% | 15% | 13% |
| Blev erbjuden bättre balans mellan ansvar och befogenheter | 7% | 8% | 7% |
| Högre förtroende för den nya chefen | 7% | 7% | 7% |
| Friare arbetstider | 6% | 6% | 6% |
| Möjlighet till fler internationella kontakter/resor | 6% | 7% | 5% |
| Tydligare mål och förväntningar | 5% | 5% | 5% |
| Bättre förmåner | 3% | 4% | 3% |
| Möjlighet till färre internationella kontakter/resor | 1% | 1% | 0% |
| Annat | 21% | 17% | 22% |

(Upp till tre alternativ kunde markeras i undersökningen)

Drygt en tredjedel av alla respondenter anger nya krav och utmaningar som skäl till att de bytte jobb senast. Det är ännu vanligare bland män där nästan 4 av 10 anger detta. Som andra alternativ, angivet av drygt 30 procent av respondenterna kommer att de kände ett behov av förändring. Att få bättre framtida karriärmöjligheter och att respondenterna upplevde ett missnöje med sitt förra jobb kommer närmast. Högre lön anger bara 17 procent av respondenterna som skäl till att de bytte jobb.

Förutom skillnaden i krav och utmaningar går det också att se en tydlig skillnad mellan könen i högre lön, där det är viktigt för 22 procent av männen mot endast 14 procent av kvinnorna.

Det är framförallt de mellan 41-50 år som vill ha nya utmaningar (37 procent) och bättre framtida karriärmöjligheter ökar naturligt i vikt bland de yngre åldersgrupperna. Högre lön ligger relativt jämnt mellan 20-50 år (16-18 procent), och sjunker därefter. Högre lön och karriärmöjligheter är marginellt viktigare i privat sektor än offentlig.

Bland chefer är nya krav och utmaningar än viktigare (45-49 procent beroende på chefstid), och de anger dessutom i en stor utsträckning (17-27 procent) högre lön som ett viktigt skäl.

Cirka en femtedel av respondenterna har utöver detta angett ett "Annat" skäl. Svaren på dessa återges i bilaga.

1.4 Hur många jobb inom kommunikation/information/marknadsföring har du haft de senaste 5 åren?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|--------------|------|------|---------|
| 0 | 4% | 5% | 4% |
| 1 | 28% | 27% | 28% |
| 2 | 40% | 39% | 40% |
| 3 | 20% | 23% | 19% |
| 4 | 4% | 4% | 4% |
| 5 | 2% | 2% | 2% |
| 6 eller fler | 2% | 1% | 2% |
| Medeltal | 2.06 | 2.05 | 2.06 |

4 av 10 respondenter har haft 2 jobb inom kommunikation/information/marknadsföring de senaste 5 åren, vilket också väl överensstämmer med medelvärdet. Därefter är det vanligast med 1 jobb (28 procent) eller 3 jobb (20 procent).

Det är inga skillnader mellan könen, däremot ökar andelen som bara haft ett jobb de senaste fem åren med ålder, och följaktligen minskar då andelen som haft 3 jobb eller fler. Andelen som haft 2 jobb håller sig dock någorlunda konstant runt 40 procent genom alla åldersgrupper.

De som kan tänka sig en annan anställningsform än fast anställning har också i högre utsträckning haft fler jobb. Bland de respondenterna ligger medelvärdet på 2.14, jämfört med 1.93 bland de som inte kan tänka sig någon annan anställningsform. Det finns också en klar skillnad i medelvärde hos de respondenter som vill byta jobb närmsta året (1,98) jämfört med de som INTE vill byta jobb närmsta året (2,23). Det ser alltså ut som att de som inte vill byta jobb nyligen har genomgått en jobbytarperiod och därför nu för tillfället är mer nöjda med tillvaron.

1.5 Vilken befattning har du idag?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|--|------|-----|---------|
| Student | 2% | 2% | 2% |
| Specialist | 56% | 50% | 59% |
| Chef | 23% | 29% | 20% |
| Jobbar ej inom kommunikation/information/marknadsföring idag | 11% | 10% | 11% |
| Arbetslös | 9% | 9% | 8% |

Det stora flertalet av de som deltog i undersökningen arbetar idag som specialister (56 procent). Den andelen är något högre bland kvinnor än bland män. På motsvarande sätt är det 23 procent av det totala antalet respondenter som arbetar som chef, med en något högre andel bland männen än bland kvinnorna. Cirka 1 av 10 respondenter arbetar idag inte inom kommunikation, information eller marknadsföring och nästan lika stor andel är arbetslösa.

De största skillnaderna i åldersgrupperna är att 64 procent i den yngsta gruppen är specialister och 31 procent av 41-50-åringarna är chefer. I den yngsta åldersgruppen är det också 16 procent som inte jobbar inom kommunikation, information eller marknadsföring idag.

| | Chef | Specialist |
|---------|------|------------|
| 0-3 år | 12% | 15% |
| 4-5 år | 12% | 14% |
| 6-10 år | 32% | 37% |
| 11+ år | 56% | 34% |

Bland de som är chefer har 12 procent jobbat som det i maximalt 5 år, och nästan 6 av 10 har varit chef i mer än 11 år. Bland specialisterna är det totalt 29 procent som varit det i upp till fem år, 37 procent mellan 6-10 år och 34 procent i 11 år eller mer. Chefsgruppen har alltså generellt sett jobbat längre tid i sin befattning än specialisterna.

1.6 Hur många års arbetslivserfarenhet har du inom kommunikation/ information/ marknadsföring?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|--------------------|------|-----|---------|
| 0 | 3% | 3% | 3% |
| 1 | 5% | 4% | 5% |
| 2 | 6% | 5% | 6% |
| 3 | 5% | 5% | 6% |
| 4 | 5% | 4% | 5% |
| 5 | 8% | 7% | 8% |
| 6-10 | 32% | 28% | 33% |
| 11 år eller längre | 37% | 45% | 34% |
| Medelvärde | 7.5 | 8.0 | 7.3 |

I genomsnitt har respondenterna 7,5 års arbetslivserfarenhet, där nästan 7 av 10 har angett minst 6 år som sin erfarenhetsnivå. Sannolikt är det sanna medelvärdet då ännu något högre i och med att det är en snedfördelning mot de högsta svarsalternativen. I beräkningen av medelvärdet viktas alternativet ”11 år eller längre” mot just 11 år, då det är omöjligt att veta det sanna medelvärdet för detta alternativ.

Arbetslivserfarenheten är något längre hos män bland kvinnor, och beror då framförallt på att en större andel av männen har angett ”11 år eller längre” som alternativ. Logiken råder inom ålders-grupperna där den yngsta åldersgruppen bara har 3 år som medelvärde.

Egna företagare är den anställningsform som har det högsta medelvärdet (9,4 år) med tillsvidareanställning på andra plats (7,7 år).

1.7 Vilken anställningsform har du idag?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|---|------|-----|---------|
| Tillsvidareanställning (Fast) | 63% | 60% | 64% |
| Tidsbegränsad anställning (Vikariat, projekt etc) | 16% | 12% | 17% |
| Arbetsökande | 10% | 10% | 10% |
| Egen företagare | 12% | 18% | 9% |

De allra flesta respondenter (63 procent) är idag tillsvidareanställda. Nedbrutet på kön blir det tydligt att kvinnorna i något högre utsträckning har tidsbegränsad anställning samtidigt som männen i något högre utsträckning är egna företagare.

I åldersgrupperna är det framförallt i den yngsta åldersgruppen som det finns många respondenter med tidsbegränsad anställning (27 procent) och andelen egna företagare stiger kraftigt med åldern.

Bland de som kan tänka sig en annan anställningsform än fast anställning är det 23 procent som har en tidsbegränsad anställning och 19 procent som är egna företagare. I den gruppen är det 46 procent som har en tillsvidareanställning.

1.8 Inom vilken sektor arbetar du idag/har du din senaste arbetslivserfarenhet från?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|------------------|------|-----|---------|
| Privat sektor | 77% | 81% | 76% |
| Offentlig sektor | 23% | 19% | 24% |

Drygt tre fjärdedelar av respondenterna arbetar idag inom privat sektor eller har i alla fall sin senaste arbetslivserfarenhet från den. 23 procent av respondenterna har angett att de arbetar inom offentlig sektor, med en något större andel bland kvinnorna än männen.

Bland de som är över 40 år finns det också en större andel som arbetar inom offentlig sektor (27 procent) samt en högre andel bland de som arbetar som specialister (cirka 25 procent) än chefer (cirka 17 procent).

Offentlig sektor utgör också en stor andel av de som har en tidsbegränsad anställning (37 procent) och är något högre bland de som vill byta jobb inom det närmsta året (24 procent).

1.9 Hur många anställda arbetar på ditt företag?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|--------------------------|------|-----|---------|
| Upp till 15 anställda | 22% | 29% | 19% |
| 16-50 anställda | 13% | 15% | 13% |
| 51-200 anställda | 16% | 16% | 16% |
| 201-500 anställda | 11% | 7% | 12% |
| 501 anställda eller fler | 28% | 25% | 30% |
| Jag arbetar ej just nu | 9% | 10% | 9% |

22 procent av respondenterna arbetar idag på ett litet företag med upp till 15 anställda. Andelen bland män är högre än bland kvinnor. Den största gruppen respondenter återfinns dock i stora företag med över 500 anställda (28 procent), med en något högre andel bland kvinnorna (30 procent).

Inom offentlig sektor arbetar 43 procent av respondenterna på företag med mer än 500 anställda och de som i huvudsak arbetar med information har också en hög andel av respondenterna (38 procent) på stora företag.

1.10 Vad arbetar du i huvudsak med?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|-------------------------------------|------|-----|---------|
| Information | 25% | 21% | 27% |
| Marknadsföring | 20% | 22% | 19% |
| Både information och marknadsföring | 38% | 39% | 38% |
| Annat än kommunikation | 17% | 18% | 16% |

Mönstret över arbetsuppgifter är relativt lika för båda könen, med ca 4 av 10 som har arbetsuppgifter både inom information och marknadsföring.

De som har bägge arbetsuppgifterna är i högre utsträckning äldre och har arbetat minst sex år. Både bland chefer och specialister som har arbetat mer än 11 år arbetar ca 46-47 procent med bägge områdena.

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 | 69% | 68% | 70% |
| Nej | 31% | 32% | 30% |

7 av 10 respondenter anger att de tycker kraven är högre idag. Detta är en avsevärd ökning jämfört med tidigare mätning där endast 56 procent ansåg detta. Andelen är något lägre i den allra yngsta åldersgruppen, förmodligen beroende på att de inte har hunnit arbeta så länge, och strax över 70 procent mellan 30-50 år.

Allra högst andel (mer än 75 procent) som anser att kraven är högre idag återfinns bland de som har varit chef i minst 6 år, och bland de som är tillsvidareanställda (72 procent).

2 Yrkesutveckling

2.1 Skulle du vilja byta jobb inom det närmaste året?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|-----|------|-----|---------|
| Ja | 70% | 71% | 69% |
| Nej | 30% | 29% | 31% |

7 av 10 respondenter har svarat att de vill byta jobb inom det närmaste året. Det är en liten ökning från föregående mätningens 66 procent. Andelen är något högre ju äldre respondenterna är och det är också en högre andel bland de som arbetar inom den offentliga sektorn.

TVå tredjedelar av de som idag har en tillsvidareanställning vill byta arbete inom det närmaste året, och 6 av 10 egna företagare.

Det får vara osagt om den något ökade andelen som vill byta yrke inom det närmsta året beror på att respondenterna vill försöka minska tyngden av de ökade krav de angivit tidigare i undersökningen eller om det beror på att vi för närvarande befinner oss mitt i en högkonjunktur. Det är i alla fall två möjliga förklaringar till utvecklingen.

2.2 Vad prioriterar du när du söker en ny tjänst

| | Alla | Män | Kvinnor |
|---------------------------------------|------|-----|---------|
| Stimulerande arbetsuppgifter | 70% | 65% | 72% |
| Nya krav och utmaningar | 31% | 37% | 29 |
| Hög grundlön | 28% | 34% | 26% |
| Förtroende för chefen | 28% | 23% | 30% |
| Balans mellan ansvar och befogenheter | 27% | 27% | 28% |
| Tydliga mål och förväntningar | 26% | 22% | 27% |
| Fria arbetstider | 23% | 20% | 24% |
| Sympatiska kollegor | 18% | 14% | 19% |
| Goda interna karriärmöjligheter | 15% | 13% | 15% |
| Internationella kontakter/resor | 10% | 13% | 9% |
| Möjlighet att arbeta i projekt | 6% | 7% | 6% |
| Förmåner | 2% | 3% | 2% |
| Hög rörlig lön | 2% | 3% | 1% |
| Annat | 3% | 3% | 3% |

Respondenterna hade här möjlighet att ange mellan 1-3 svarsalternativ.

Det som har högsta prioritet när respondenterna söker nya tjänster är att det nya arbetet då innehåller "Stimulerande arbetsuppgifter" (70 procent). Därefter kommer Nya krav och utmaningar (31 procent) samt hög grundlön (28 procent). Av dessa tre är det bara Hög grundlön som har en tydlig förändring då det endast var 21 procent som angav detta vid den tidigare undersökningen. Det är heller inget av de andra kvarvarande alternativen som har stora förändringar jämfört med den tidigare undersökningen.

Stimulerande arbetsuppgifter är alltid det viktigaste kriteriet, oavsett hur resultaten bryts (ålder, arbetsområde, nivå på tjänst etcetera).

Hög grundlön har som noterats ökat jämfört med tidigare. Fortfarande är det män som i högre utsträckning än kvinnor anser det vara viktigt, men kvinnorna har en något högre ökning jämfört med föregående mätning och är på väg i kapp männen. Det är dessutom ett kriterium som blir viktigare med låg ålder. De som inte kan tänka sig en annan anställning än fast anställning anser också att det är viktigt i högre utsträckning, samt de som idag är tillsvidareanställda. De som är egna företagare anser inte att en hög grundlön är av någon större vikt (17 procent)

2.3 Vad prioriterar du när du söker en ny tjänst

| | Alla | Män | Kvinnor |
|---------------------------------------|------|-----|---------|
| En afförsidé som jag sympatiserar med | 55% | 52% | 57% |
| Karriärmöjligheter | 31% | 30% | 32% |
| Arbetar med intererad kommunikation | 29% | 22% | 32% |
| Affärsdrivande | 27% | 34% | 24% |
| Trygghet/Stabil organisation | 25% | 23% | 26% |
| Starkt varumärke | 25% | 26% | 25% |
| Erkänt duktiga på kommunikation | 21% | 21% | 21% |
| Internationell verksamhet | 19% | 21% | 18% |
| Hög etik | 17% | 16% | 17% |
| Ett gott syfte/ideell verksamhet | 11% | 9% | 12% |
| Publikt, stort medieintresse | 9% | 12% | 8% |
| Offentlig sektor | 1% | 2% | 1% |
| Annat | 3% | 4% | 3% |

Respondenterna kunde här ange max tre svarsalternativ.

Precis som vid den tidigare undersökningen är det "En afförsidé som jag sympatiserar med" som kommer högst upp på listan (55 procent). Det är ingen egentlig förändring jämfört med föregående års 57 procent. Kvinnor är i något högre utsträckning än män intresserade av detta och det blir även mer intressant ju äldre respondenten är. Det blir även mer intressant om respondenten arbetar som egen företagare eller har en tidsbegränsad anställning.

Därefter är det ganska tätt på topplistan mellan "Karriärmöjligheter" (31 procent), "Arbetar med integrerad kommunikation" (29 procent) och "Affärsdrivande" (27 procent). Här finns det dock lite fler skillnader mellan könen där männen tycker det är viktigt att arbetsgivaren är "Affärsdrivande" medan kvinnorna i högre utsträckning värderar att arbetsgivare arbetar med "Integrerad kommunikation".

Andra skillnader baserat på kön är att männen i högre utsträckning värderar ett "publikt, stort medieintresse" och kvinnorna "ett gott syfte/ideell verksamhet".

Karriärmöjligheter är viktigare ju yngre respondenten är, tillsammans med "starkt varumärke" och "erkänt duktiga på kommunikation". Äldre respondenter uppskattar arbetsgivare som "arbetar med integrerad kommunikation" och har "hög etik".

För egna företagare är det viktigt med "Affärsdrivande" och "hög etik". Specialister uppskattar arbetsgivare som är "Erkänt duktiga på kommunikation" i högre grad än chefer, som å andra sidan precis som egna företagare uppskattar "Affärsdrivande" arbetsgivare.

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

| | Alla | Män | Kvinnor |
|--------------------------------|------|-----|---------|
| Privata kontakter | 73% | 75% | 72% |
| Rekryteringsföretag/headhunter | 54% | 50% | 56% |
| Professionella kontakter | 45% | 46% | 44% |
| Platsannons/Internet | 37% | 32% | 40% |
| Spontanansökan | 14% | 14% | 14% |
| Internrekrytering | 14% | 12% | 14% |
| Platsannons/Print | 7% | 7% | 7% |
| Arbetsförmedlingen | 2% | 2% | 2% |
| Annat sätt | 1% | 1% | 1% |

Det finns en viss diskrepans i hur respondenterna har fått sitt senaste jobb och vilka vägar de anser vara bäst för att hitta nya jobb. Privata kontakter anser tre fjärdedelar vara en bra väg vilket också verkar stämma då en fjärdedel av respondenterna fick sitt senaste jobb på det sättet.

Rekryteringsföretag har också en rimlig position med sina dryga 50 procent av respondenterna i och med att 16 procent av dem fick sitt senaste jobb på det sättet.

Att professionella kontakter däremot kommer före Platsannons/Internet är mer noterbart i och med att 20 procent av respondenterna fick sitt senaste jobb via Internet mot bara 10 procent genom professionella kontakter.

Arbetsförmedlingen verkar även fortsättningsvis ha en låg status då bara 2 procent av respondenterna tycker det är en bra väg till ett nytt jobb.

Några skillnader mellan könen finns det. Kvinnorna tycker i högre utsträckning än män att rekryteringsföretag och platsannons/Internet är bra vägar till det nya jobbet.

Sett till ålder så har rekryteringsföretag sin lägsta nivå bland 20-30-åringar och ligger därefter relativt jämnt över åldrarna. Platsannons/Internet finns med upp till 50 år och dalar därefter, framförallt till förmån för professionella kontakter.

Platsannons/Internet uppskattas också bland de som arbetar inom offentlig sektor samt bland de som inte kan tänka sig en annan anställningsform än fast anställning. Egna företagare har professionella kontakter högt värderat och tror i väldigt liten utsträckning på platsannonser överhuvudtaget.

De grupper som i hög utsträckning har angett rekryteringsföretag är de som är fast anställda idag, Chefer och specialister med minst 5 års arbetslivserfarenhet samt 31-50-åringar.

2.5 Hur stort företag vill du helst arbeta på?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|--------------------------|------|-----|---------|
| Upp till 15 anställda | 7% | 10% | 6% |
| 16-50 anställda | 26% | 28% | 26% |
| 51-200 anställda | 32% | 31% | 32% |
| 201-500 anställda | 16% | 11% | 18% |
| 501 anställda eller fler | 19% | 20% | 18% |

Det är en väldigt låg andel av respondenterna som arbetar på riktigt små företag (7 procent) jämfört med var de tidigare angett att de arbetar idag (22 procent). Samma förhållande gäller för de riktigt stora företagen där bara 19 procent vill arbeta men 28 procent faktiskt idag arbetar. Istället vill en majoritet (58 procent) arbeta på mellanstora företag mellan 16-200 anställda. Orsakerna till detta är oklara, men en teori är att i och med att 70 procent av respondenterna tidigare angivit att de vill byta arbete inom det närmaste året så kanske de då också vill byta företagsstorlek för att få de nya utmaningarna och de stimulerande arbetsuppgifterna som de tidigare angett som viktiga vid val av ny tjänst.

Mönstret ser likadant ut i de flesta nedbrytningsvariabler med några undantag. De som är chefer (ca 24 procent) eller i huvudsak arbetar med Information (27 procent) vill gärna arbeta på stora företag och små företag är mer populära bland de som kan tänka sig annan anställning än fast.

De som är egna företagare uppskattar också mindre företag och 23 procent av dem vill arbeta med upp till 15 anställda. Bland egenföretagarna är det också bara 24 procent som vill arbeta på ett företag med mer än 200 anställda, jämfört med 35 procent i den totala basen.

2.6 Kan du tänka dig en annan anställning än fast anställning

| | Alla | Män | Kvinnor |
|-----|------|-----|---------|
| Ja | 60% | 64% | 58% |
| Nej | 40% | 36% | 42% |

6 av 10 respondenter kan tänka sig att arbeta inom en annan anställningsform än tillsvidareanställning. Denna andel är något högre bland män än bland kvinnor.

Det finns inga andra tydliga mönster vad gäller ålder, erfarenhet eller vad man i huvudsak arbetar med. Dock så kan 96 procent av de egna företagarna tänka sig en annan anställningsform, vilket även 86 procent av de respondenter som har tidsbegränsad anställning ställer upp på. Även arbetssökande

accepterar i hög utsträckning andra anställningsformer (76 procent) och det är bara de som idag har en tillsvidareanställning som har en minoritet (44 procent) som är positiva till andra anställningsformer.

Frågan gav upphov till följdfrågor beroende på vilket svarsalternativ som angavs.

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

| | Alla | Män | Kvinnor |
|------------------------------|------|-----|---------|
| Frihet/Flexibilitet | 63% | 68% | 61% |
| Får prova på olika branscher | 45% | 41% | 47% |
| Breddar min kompetens | 40% | 35% | 43% |
| Kan tjäna mer pengar | 19% | 28% | 15% |
| Större utmaning | 19% | 25% | 16% |
| Meriterande | 17% | 15% | 18% |
| Konsultstatus | 9% | 8% | 9% |
| Annat | 5% | 4% | 5% |

Frågan hade 1826 respondenter, det vill säga de som i fråga 2.6 angav "Ja".

Den tydligaste orsaken till att respondenterna kan tänka sig andra anställningsformer är den frihet och flexibilitet det medför (63 procent). Att de då får möjlighet att prova olika branscher och att kompetensen breddas är andra viktiga orsaker. Att andra anställningsformer kan innebära mer pengar är bara intressant för 19 procent av respondenterna, lika många som anser att en av fördelarna är en större utmaning.

Skillnaden mellan kön är tydlig i att kvinnorna tycker det är mer intressant för att de kan prova olika branscher och bredda sin kompetens, medan männen i klart större utsträckning gör det för en eventuell ekonomisk fördel jämfört med fast anställning samt att de eftersöker en större utmaning.

I åldersgrupperna är det 25 procent i den yngsta åldersgruppen som anser att en av fördelarna är meriten det ger. Det är också den yngsta åldersgruppen som anser det är mest intressant att prova olika branscher. Av de mellan 51-60 år är det istället en större utmaning som sticker ut som skäl (29 procent).

Skillnaden mellan privat och offentlig sektor ser i stort ut som mellan könen. De som arbetar inom offentlig sektor uppskattar att prova olika branscher och bredda sin kompetens medan de i privat sektor i högre utsträckning är intresserade av att kunna tjäna mer pengar.

Bland de som faktiskt vill byta jobb inom det närmsta året anges fördelarna i mångt och mycket precis som den totala basen, med några procentenheters skillnad på några av alternativen.

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

| | Alla | Män | Kvinnor |
|--|------|-----|---------|
| Ekonomisk trygghet (har familj, hus, lån, försörjningsplikt, fasta utgifter - behov av fast inkomst) | 71% | 71% | 71% |
| Vill vara del av företaget | 37% | 36% | 38% |
| Ej långsiktigt (kontinuitet viktigt – det är långsiktighet som gäller) | 28% | 33% | 26% |
| Otryggt/osäkert (vill ha säkerhet/trygghet istället för osäkerhet och stress) | 26% | 23% | 27% |
| Vill inte hamna i vikariefacket/vill inte söka nya jobb hela tiden | 20% | 15% | 22% |
| Har fast anställning idag, varför byta? (Har vant mig vid det) | 19% | 18% | 19% |
| Ensamförsörjare | 7% | 4% | 8% |
| Har provat/Vill inte ha (trivdes inte, inte värt det, mycket arbete) | 7% | 6% | 7% |
| Åldern (hög ålder, risk att bli först ut, riskfyllt vid hög ålder, svårt att få nya jobb då) | 5% | 6% | 5% |
| Annat | 1% | 1% | 1% |

Frågan hade 1226 respondenter, de som i fråga 2.6 angivit "Nej" som alternativ.

För 7 av 10 respondenter är det framförallt den ekonomiska tryggheten som är viktig, oavsett om det är män eller kvinnor. Ekonomisk trygghet återfinns även till viss del i alternativet "Ensamförsörjare", som i högre utsträckning har angetts bland kvinnor.

Utöver ekonomisk trygghet är det också drygt en tredjedel av respondenterna som har angivit att de vill känna sig som en del av företaget och nästan 30 procent som inte tycker att det är tillräckligt långsiktigt med andra anställningsformer än fast anställning. 20 procent av respondenterna anger också en oro för att de inte vill hamna i vikariefacket, med en klart större andel bland kvinnor.

Det är dock bara 7 procent av respondenterna som angivit att de har provat en annan anställningsform och därefter inte trivts med den. Bland de som idag har tidsbegränsad anställning är dock den siffran 12 procent.

Den yngsta åldersgruppen har en högre andel än de äldre som har angivit att de inte vill hamna i vikariefacket eller att de redan har en fast anställning och inte förstår varför de skulle byta från den. De äldre grupperna anger i högre utsträckning den ekonomiska tryggheten som skäl.

2.7 Vilket företag var bäst på kommunikation inom den privata sektorn under 2006?

| | Samtliga | Bland de som angivit ett svar (1.298 st) |
|----------------|----------|--|
| Ikea | 8% | 18% |
| ICA | 5% | 11% |
| H&M | 3% | 8% |
| Fritidsresor | 2% | 5% |
| Ericsson | 2% | 4% |
| Telia | 2% | 4% |
| Volvo | 1% | 3% |
| Telenor | 1% | 2% |
| Lindex | 1% | 2% |
| AMF | 1% | 2% |
| Tele2 | 1% | 1% |
| SonyEricsson | 1% | 1% |
| SEB | 1% | 1% |
| Annat | 16% | 38% |
| Vet ej/Ej svar | 58% | |

I sin helhet är de fem första företagen samma som i den föregående undersökningen.

I den föregående undersökningen var Fritidsresor den klara vinnaren med 27 procent av rösterna bland de som angivit ett svar. Som synes har de i den aktuella undersökningen fått backa tillbaka till fjärde plats och bara 5 procent av rösterna.

Nr 1, Ikea, som fick 18 procent kan notera ett kraftigt steg uppåt jämfört med den tidigare undersökningens 10 procent. ICA var tvåa även förra gången (men då efter Fritidsresor). I denna undersökning har de dock tappat något och lägger sig nu på 11 procent jämfört med föregående 17 procent. H&M tar tredjeplatsen med 8 procent. Något uppåt från de 5 procent de fick senast. Ericsson hamnar på en femteplats. Nu på 4 procent, något nedåt från de 5 procent de fick senast.

Det bör också nämnas att en välrepresenterad bransch på ovanstående lista är telefonoperatörsbranschen. Även om inget av dem placerar sig topp5 så är Telia, Telenor och Tele2 alla med bland de främsta företagen inom kommunikation. Den enda större operatör som inte tar sig in på listan är Tre. Det fanns dock 12 svar som tog upp just det företaget också, men det sorterades in under övriga. Det sista företaget in på listan, SEB, hade 18 röster.

2.8 Vilken offentlig verksamhet eller organisation var bäst på kommunikation under 2006?

| | Samtliga | Bland de som angivit ett svar (1.098 st) |
|--------------------------|----------|--|
| Moderaterna | 3% | 9% |
| Skatteverket | 3% | 7% |
| Rädda Barnen | 2% | 6% |
| Alliansen | 2% | 4% |
| Apoteket | 1% | 4% |
| Röda Korset | 1% | 4% |
| SVT/SR | 1% | 4% |
| Systembolaget | 1% | 2% |
| Försvaret | 1% | 2% |
| Telia | 1% | 2% |
| Försäkringskassan | 1% | 2% |
| SJ | 1% | 2% |
| Vasakronan | 1% | 2% |
| Vägverket | 1% | 2% |
| Stockholm stad/landsting | 1% | 2% |
| Posten | 1% | 2% |
| Regeringen | 1% | 1% |
| Vattenfall | 1% | 1% |
| SBAB | 0.5% | 1% |
| Annat | 16% | 43% |
| Vet ej/Ej svar | 64% | |

Det är tydligt att det har varit valår. Moderaterna får många omnämningar och ökar från 1 procent i förra undersökningen till 9 procent nu. Bland övriga offentliga verksamheter ryms Skatteverket på sin, sedan förra undersökningen bibehållna, andraplats (7 procent), Alliansen med 4 procent, Apoteket med 4 procent och SVT/SR med 3 procent.

Ideella organisationer får inte samma utrymme på listan. Rädda Barnen med 6 procent och Röda Korset med 4 procent lyckas ta sig in. För att hitta ytterligare tre organisationer så det går att skapa en topp-fem-lista måste annat-svaren användas. I dessa återfinns Cancerfonden med 1 procent, Läkare utan gränser med 0,9 procent och Amnesty med 0,5 procent.

Övrigt som är värt att notera är att Stockholmsförbundet som senaste hade 7 procent nu har trillat ur listan. Samma sak gäller Alkoholkommittén (4 procent senaste) medan Systembolaget lyckas hålla sig kvar.

3 Bakgrund

3.1 Är du man eller kvinna?

| | Alla |
|--------|------|
| Man | 31% |
| Kvinna | 69% |

Nära 7 av 10 respondenter är kvinnor. Männerna finns framförallt i de äldre åldersgrupperna, bland de som arbetar inom privat sektor och bland de som i huvudsak arbetar med Marknadsföring.

Kvinnor har högre andelar bland de som inte kan tänka sig en annan anställning än fast anställning, samtidigt som de utgör den största delen av de som idag har en tidsbegränsad anställning.

3.2 Hur gammal är du?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|------------|------|------|---------|
| 20-30 år | 16% | 13% | 18% |
| 31-40 år | 46% | 43% | 48% |
| 41-50 år | 26% | 27% | 26% |
| 51-60 år | 10% | 14% | 8% |
| 61+ år | 1% | 3% | 0% |
| Medelålder | 38.3 | 39.9 | 37.6 |

Lejonparten av respondenterna är mellan 31-40 år, 46 procent, med en något högre andel bland kvinnor. I genomsnitt är respondenterna 38,3 år och männen är något äldre än kvinnorna.

Genomsnittsåldern är högre bland de som kan tänka sig annan anställning än fast (39 år) och chefer har med sina 40,3 år en högre medelålder än specialisternas 37,4 år. Egna företagare är den äldsta gruppen inom anställningsformer med sina 44,1 år i medelålder.

3.2 Vilket postnummerområde bor du i?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|-------|------|-----|---------|
| 10–19 | 70% | 64% | 72% |
| 20–29 | 9% | 12% | 8% |
| 30–39 | 2% | 2% | 1% |
| 40–57 | 12% | 13% | 11% |
| 58–62 | 2% | 2% | 1% |
| 63–81 | 5% | 6% | 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

70 procent av respondenterna bor i Stockholmsregionen, en något lägre andel av männen. Inom Malmöregionen bor knappt 10 procent och i Göteborgsregionen drygt 10 procent. Precis som vid den tidigare undersökningen bor cirka var tionde respondent utanför någon av de tre storstadsregionerna.

3.2 Vilket postnummerområde bor du i?

| | Alla | Män | Kvinnor |
|--|------|-----|---------|
| Gymnasieutbildning eller motsvarande | 2% | 4% | 2% |
| Eftergymnasial utbildning som exempelvis IHM, Berghs eller motsvarande | 18% | 16% | 19% |
| Högskola/Universitet upp till tre år | 20% | 20% | 20% |
| Högskola/Universitet mer än tre år | 60% | 60% | 60% |

60 procent av respondenterna har gått högskola i mer än tre år och ytterligare 20 procent har gått upp till tre år. 2 procent av basen har enbart gymnasieutbildning eller motsvarande.

Andelen längre högskoleutbildningar är högre i de yngre åldersgrupperna och "Eftergymnasial utbildning" ökar i andel med stigande ålder. Bland de som arbetar inom offentlig sektor är också längre högskoleutbildningar populärt. Om arbetet finns inom privat sektor är det övrig eftergymnasial utbildning som har högre värden istället. Den typen av utbildningar får även höga värden om arbetet huvudsakligen omfattar Marknadsföring.

Prolog

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 yrkeskarriären.

För att ta nästa steg behöver vi din hjälp. På vår webbplats www.hammerhanborg.com/kommunikatoren fortsätter vi att ställa frågor om de ämnen som diskuterades på Nalen. Resultatet kommer vi fortlöpande att presentera på vår webbplats samt i en skrift som publiceras under hösten 2007.

Välkommen att göra historia och förändra framtiden.

Tack för din hjälp!

Vi ses!

Christina Hammer

Åsa Falkman