

## Resultat från PR Barometern Samhälle 2009

– en undersökning av svenska journalisters relation till institutioner, verksamheter och intresseorganisationer i den offentliga sektorn

**Journalisterna är överlag mest nöjda med presshanteringen hos intresseorganisationer!**

**Trovärdigheten i informationen är störst bland utbildningsinstitutioner!**

**Hälften av alla intervjuade journalister använder sig idag av sociala medier som källa!**

### Kort om analysen

**222 inrikesjournalister** från både nationella och regionala medier i Sverige har deltagit i Aalunds kommunikationsanalys, PR-barometer Samhälle. Journalisterna utvärderar deras kontakt till och uppfattning av 4-5 offentliga organisationer/verksamheter som dom har undersökt om eller arbetat med inom det senaste året. Presshanteringen blivit utvärderat hos följande:

- Statliga institutioner, regioner, kommuner och sjukhus
- Intresseorganisationer
- Utbildningsinstitutioner

Intervjuerna genomfördes 17 september – 17 november.

Det är andra året i rad som analysen har blivit genomförd i Sverige, i allt har **39 organisationer blivit utvärderade** inom teman "Belåtenhet (Kommunikation/press avdelningen)", "Image av organisationen" och "Image av högsta ledningen".

Samtidigt som undersökningen genomförts i Sverige har motsvarande undersökning genomförts i Norge, Danmark och Finland. **I allt har vi talat med ca. 1300 journalister.**

Analysen genomförs av Aalund A/S – ett analys- och rådgivningsfirma med 20 konsulenter och eget callcenter i Århus. Vi genomför alla intervjuer ifrån Århus, där vi har intervjuare anställda från alla dom nordiska länderna. Utöver PR-barometern Samhälle gör vi en lång rad andra bransch- och marknadsanalyser och erbjuder därtill en omfattande rådgivning på bakgrund av den vetskap vi samlat in. Läs mer på [www.aalund.com](http://www.aalund.com).

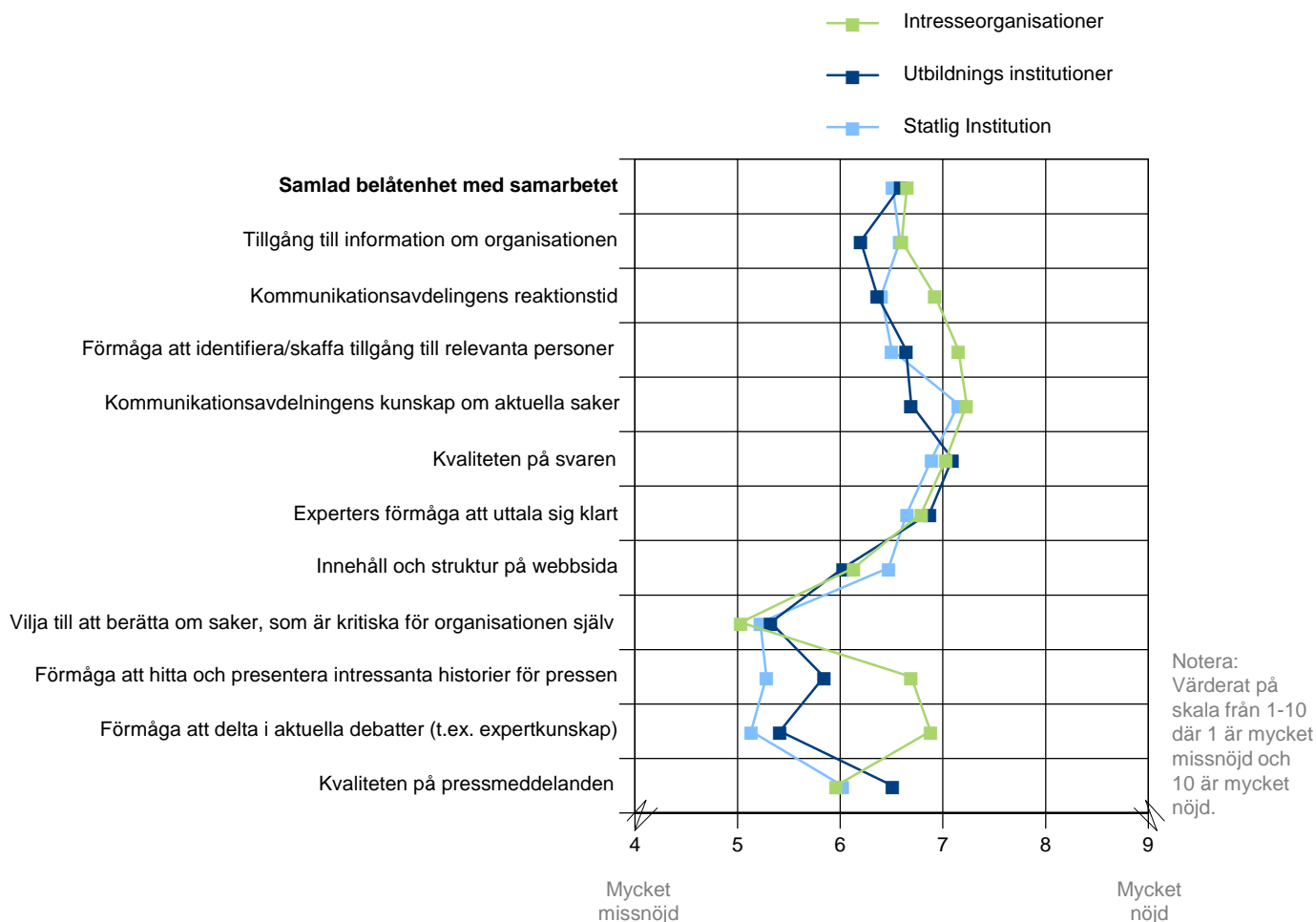
På dom kommande sidorna finner du huvudkonklusionerna från 2009 års analys. Skulle du ha ett större intresse för detta resultat och vill veta mera, är du välkommen att kontakta Markus Sjöholm på +46 735 32 58 95 eller på [ms@aalund.com](mailto:ms@aalund.com).

## Journalisterna är överlag mest nöjda med presshanteringen hos intresseorganisationer

När journalisternas utvärderingar av presshantering hos dom olika typer av organisationer jämförs ser man ett tydligt mönster. Intresseorganisationer klarar sig överlag bättre än utbildningsinstitutioner och statliga institutioner.

Skillnaden är särskilt iögonfallande när det gäller parametrarna "kommunikationsavdelningens kunskap om aktuella saker", "Kommunikationsavdelningens reaktionstid", "Förmåga att hitta och presentera intressanta historier för pressen" och "förmåga att delta i aktuella debatter" där skillnaden mellan intresseorganisationer och statliga institutioner samt utbildningsinstitutioner är stor. Även om utbildningsinstitutioner har ett par parametrar som de är sämre på, så är kvaliteten på deras pressmeddelanden markant bättre än de två övriga grupperna.

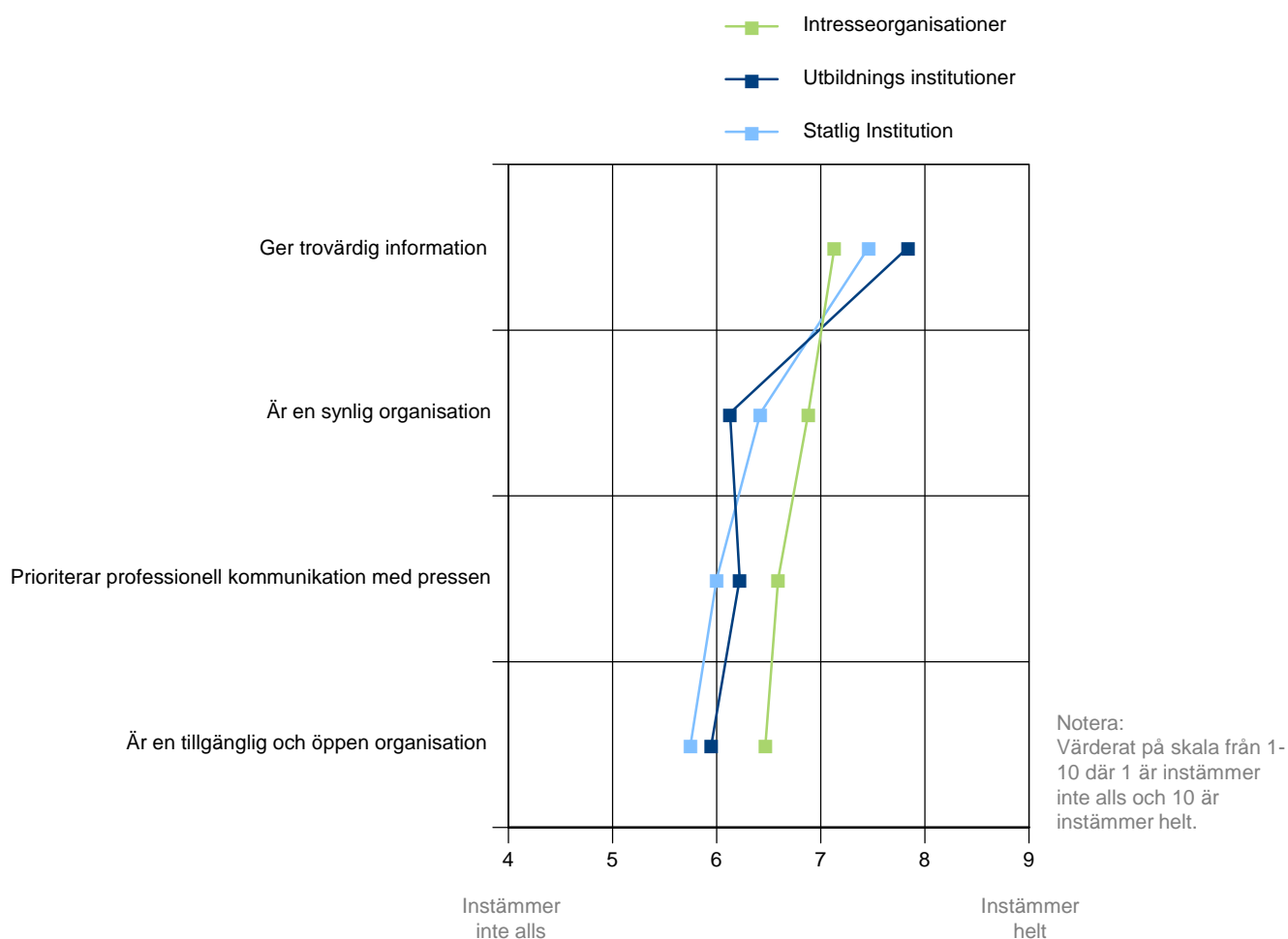
## BELÅTENHETSPROFIL - ALLA AKTÖRGRUPPER



## Trovärdigheten i informationen är störst bland utbildningsinstitutioner.

När det gäller imageprofilen hos organisationerna, är intresseorganisationerna generellt bättre. Detta till trots, så är trovärdigheten lägst bland intresseorganisationer, men på en klart godkänd och bra placering. Synligheten är lägst bland utbildningsinstitutioner medans "prioriterar professionell kommunikation med pressen" och "är en tillgänglig och öppen organisation" är lägst bland statliga institutioner.

### IMAGEPROFIL - ALLA AKTÖRGRUPPER



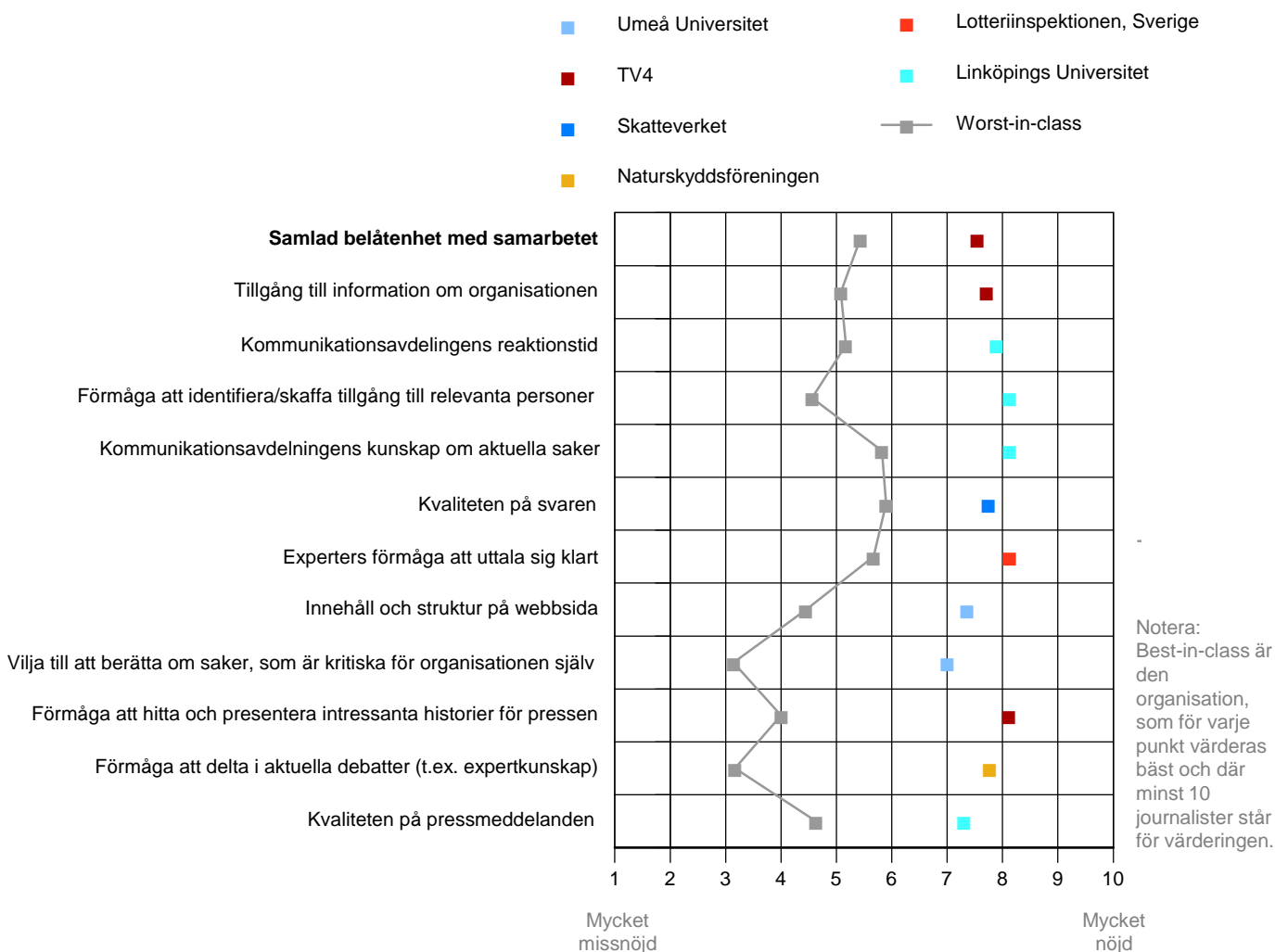


### Dom bästa i Sverige när det gäller belåtenhet med kommunikation/press - avdelningen

Sett till alla utvärderade organisationer och de som är bäst på respektive parameter finner vi **Linköpings Universitet och Umeå Universitet** bäst på sammanlagt 6 av 12 parametrar. Detta är speciellt intressant sett till att utbildningsinstitutioner har sämsta genomsnittet på flertal parametrar. **TV4** gör också ett bra arbete mot media, dels när det gäller "tillgång till information om organisation" samt "förmåga att hitta och presentera intressanta historier för pressen".

På parametern "förmåga att delta i aktuella debatter" finner vi precis som i 2008 års undersökning, **Naturskyddsföreningen** bäst placerad på denna parameter.

### BEST-IN-CLASS BELÅTENHETSPROFIL

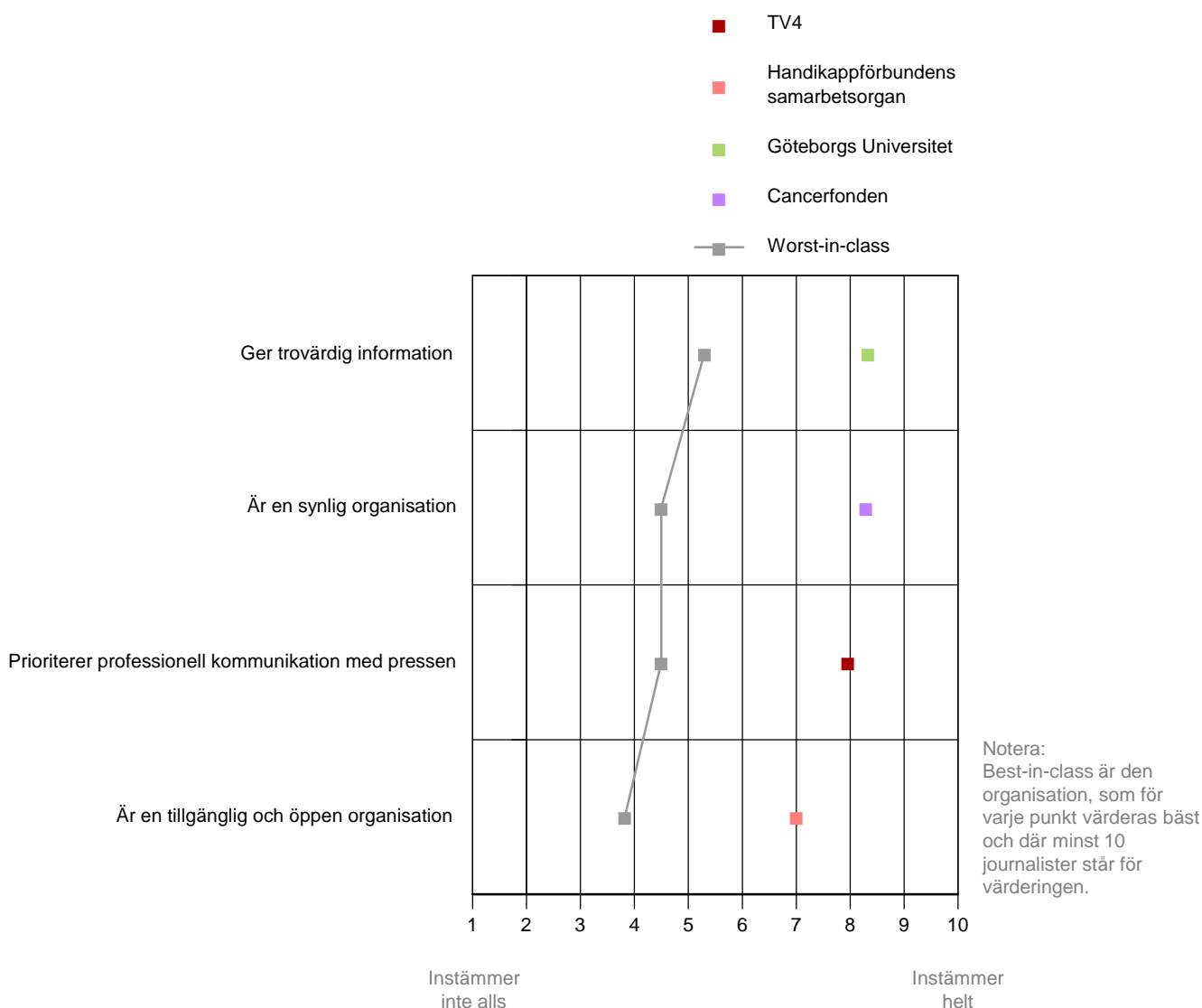




### Bäst på image

Sett till de organisationer som är bäst på respektive imageparameter finner i vi i 2009 års undersökning **Göteborgs Universitet** som har bäst på "ger trovärdig information", **Cancerfonden** som mest synlig, **TV4** som prioriterar bäst professionell kommunikation med pressen samt **Handikappförbundens Samarbetsorgan** som mest tillgänglig och öppen.

### BEST-IN-CLASS IMAGEPROFIL



### Top-of-mind: Vem är spontant bäst på medierelationer i Sverige?

Inför varje intervju med journalister, ställer vi frågan "vem är bäst på medierelationer?" för varje grupp; dvs. intresseorganisationer, statliga institutioner och utbildningsinstitutioner. Varje journalist väljer självmant och spontant en i varje grupp och dessa röster läggs sedan ihop för att således bilda "Topp 5" listan för varje grupp. Sett till 2008 års top-of-mind finner vi att både **Polisen** och **Vägverket** är högst belägna i år igen bland statliga institutioner.

Ytterligare finner vi i år igen, **Gröna Bilister** på topp 5 listan för intresseorganisationer.

#### TOPP 5 - Intresseorganisationer

1	Röda Korset
1	SKL
3	Cancerfonden
4	Svenskt Näringsliv
4	Gröna Bilister

#### TOPP 5 - Statliga Institutioner

1	Polisen
1	Vägverket
3	Sveriges Riksdag
4	SVT
4	Smittskyddsinstitutet
4	Regeringskansliet

#### TOPP 5 - Utbildningsinstitutioner

1	Karolinska Institutet
1	Lunds Universitet
1	Uppsala Universitet
4	Göteborgs Universitet
5	Stockholms Universitet
5	Umeå Universitet
5	Skolverket
5	Malmö Högskola
5	Karlstad Universitet

Notera:  
Topp 5 baseras på hur många journalister som nämnt organisationen. Organisationen på placering 1 har således nämnts flest gånger. Journalisterna får bara nämna en organisation var.

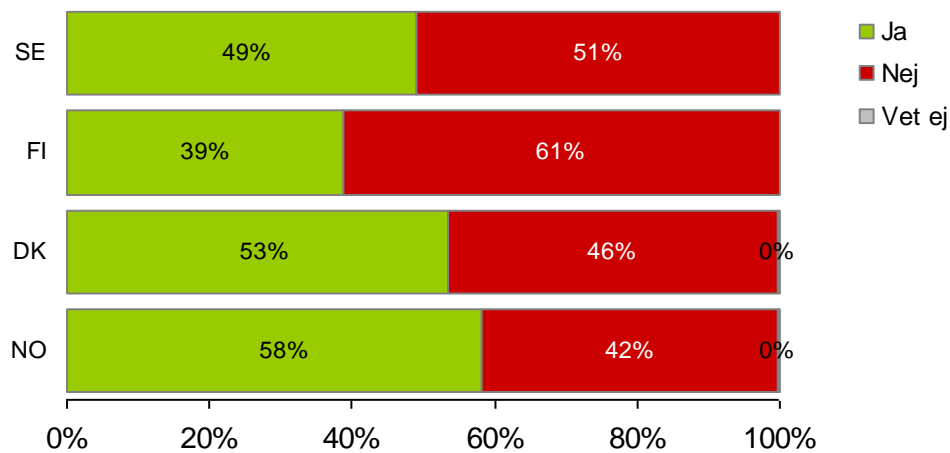
## Sociala Medier

Inför varje genomförelse av PR-Barometrar så tilläggs en fråga kring trender och liknande.

I 2009 års upplaga av PR-Barometern Samhälle var trendfrågan kring användandet och medvetenheten av sociala medier som källa för publiceringen av artiklar. Följande fråga ställdes till alla intervjuade journalister:

*Har du använt dig av sociala medier som källa till artiklar som du publicerat?*

I princip hälften av de tillfrågade journalisterna i Sverige använder sig i dag av sociala medier som källa till artiklar och nyheter. Trenden i övriga nordiska länder som undersökningen gjordes i är densamma. Minst användande av sociala medier finner vi bland de finska journalisterna.



## Vilka sociala medier används mest bland de svenska journalisterna?

Bloggar, Facebook och Twitter är de sociala medier som i majoritet används mest av svenska journalister som källor till publicerade artiklar/nyheter/cases.

