

DONA-undersøgelsen

Udført af: Sanne Olsen og Hanne Vittrup Graversen
Antal besvarelser: 150
Udførelsestidspunkt: 09-08-2007 18:39:47

Der er indbygget spring i skemaet. Disse er dels angivet over det pågældende spørgsmål, hvor springet finder sted, dels markeret ved følgende farvekoder:

Farvekoder	
Blå	Spørgsmål er besvaret af alle
Grøn	Markerer 'andet' med fritekstbesvarelser
Orange	De tre farver markerer spring i spørgeskemaet – disse spørgsmål er besvaret af en delmængde af respondenterne.
Gul	
Rød	

1-4 Demografi

1 Køn	Abs.	Pct.
Mand	73	49%
Kvinde	54	36%
Ubesvaret	23	15%
Basis	150	
Lodret procentberegning		
Spørgsmålstype: Kun ét svar		

2 Alder	Abs.	Pct.
18-25	3	2%
26-35	40	29%
36-45	42	30%
46-55	26	19%
56-67	15	11%
Ubesvaret	12	9%
Basis	138	
Lodret procentberegning		
Spørgsmålstype: Kun ét svar		

3 Bopæl	Abs.	Pct.
Region Hovedstaden	89	65%
Region Sjælland	13	10%
Region Syddanmark	11	8%
Region Midtjylland	11	8%
Region Nordjylland	1	1%
Ubesvaret	11	8%

Basis	136
Lodret procentberegning	
Spørgsmålstype: Kun ét svar	

4 Uddannelsesmæssig baggrund	Abs.	Pct.
Cand. Comm.	11	8%
Cand. Mag	20	15%
Journalist	38	28%
Cand. IT	5	4%
HK	3	2%
Bibliotekar	5	4%
Cand. Merc.	3	2%
Andet	12	9%
Notér andet:	28	21%
Ubessvaret	10	7%
Basis	135	
Lodret procentberegning		
Spørgsmålstype: Kun ét svar		

4 ANDET - Uddannelsesmæssig baggrund
Svar
Grafonom, cand. phil.
Cand. phil.
Cand. scient.
MCC
Cand.scient.soc (PR)
Cand scient pol
Cand.scient.soc
Shipping
Design mcc
Læreruddannet
Kunstscole
Bach.info plus diverse journalistkurser
Bachelor i Musik og Moderne Kultur & kulturformidling
Højere Handelseksamen
Diplomuddannet leder
Cand.Scient.bibl.
Tekstforfatter
Cand.merc.Kom
Akademiker, naturvidenskabelig
HHX
Ufuldstændig informationsvidenskab
Højere Handelseksamen
Cand. scient.
Bac.Scient
Geolog
Cand. scient. Adm
cand. scient. soc. i pr
Cand. Scient.
Cand. Scient
HD Afsætning

5-12 Om jobbet og respondenternes weberfaring

5 Stillingsbetegnelse	Abs.	Pct.
Webredaktør	34	25%
Webkoordinator	6	4%
Webmedarbejder	5	4%
Webmaster	11	8%
Webmanager	3	2%
Kommunikationsmedarbejder/konsulent/rådgiver	31	23%
Journalist	4	3%
Marketing manager	3	2%
Andet	3	2%
Andet	2	1%
Notér andet:	19	14%
Ubesvaret	13	10%
Basis	134	
Lodret procentberegning		
Spørgsmålstype: Kun ét svar		

5 ANDET - Stillingsbetegnelse
Svar
Man har ikke kun én kasket; jeg er seniorforsker OG webredaktør
IT Communication Manager
Information Officer
Onlinechef
Selvstændig, direktør
Direktør
Internetbibliotekar
Freelance journalist
Funktionschef
Ejer og daglig leder
E-commerce projektleder
Informationsmedarbejder/ Webmaster
Projektleder
Webansvarlig
Informationskonsulent
Informationschef
manager, usability, kommunikation
Nyhedsredaktør
IT konsulent
Online Marketing koordinator
Selvstændig
Centerleder

6 Arbejdsplads	Abs.	Pct.
Offentlig	37	28%
Privat	32	24%
Organisation/ngo	30	23%
Medier	6	5%
Selvstændig	12	9%
Notér andet:	4	3%
Ubesvaret	10	8%

Basis	131
Lodret procentberegning	
Spørgsmålstype: Kun ét svar	

6 ANDET - Arbejdsplads
Svar
Efterløn
Selvejende institution
Frivilligt arbejde
Arbejder selvstændigt, er ansat både i det private og offentlige på skift

7 Hvor mange år har du været på din nuværende arbejdsplads i stillingen?	Abs.	Pct.
0-1 år	40	31%
2-5 år	47	36%
6-10 år	25	19%
Mere end 10 år	7	5%
Ubesvaret	12	9%
Basis	131	
Lodret procentberegning		
Spørgsmålstype: Kun ét svar		

8 Hvor mange år har du arbejdet med web i alt?	Abs.	Pct.
0-1 år	9	7%
2-5 år	35	27%
6-10 år	75	58%
Ubesvaret	10	8%
Basis	129	
Lodret procentberegning		
Spørgsmålstype: Kun ét svar		

9 Hvor mange arbejder med web i din afdeling (indhold, teknik osv.)?	Abs.	Pct.
1	30	23%
2	31	24%
3-5	33	26%
6-10	15	12%
11-20	6	5%
Flere end 20	3	2%
Ubesvaret	11	9%
Basis	129	
Lodret procentberegning		
Spørgsmålstype: Kun ét svar		

10 Hvor mange arbejder med web som lokale redaktører i din virksomhed?	Abs.	Pct.
1-5	67	52%

6-10	17	13%
11-15	9	7%
16-20	6	5%
21-25	3	2%
Over 25	14	11%
Ubesvaret	13	10%
Basis	129	
Lodret procentberegning		
Spørgsmålstype: Kun ét svar		

11 Hvor er du placeret organisatorisk	Abs.	Pct.
Kommunikationsafdelingen/ informationsafdelingen	49	39%
IT-kontoret	3	2%
Webafdelingen	8	6%
Marketingafdelingen	7	6%
Business development	1	1%
External affairs	0	0%
Refererer direkte til den administrerende direktør	17	13%
Andet	7	6%
Notér andet:	21	17%
Ubesvaret	13	10%
Basis	126	

11 ANDET - Hvor er du placeret organisatorisk
Svar
Puha; de mange foregående spørgsmål er forkert stillede, bl.a. har jeg arbejdet i mere end 10 år med web, hvor første hjemmeside (BBS) var oppe og køre for nu 20 år siden. Om antal ansatte - princippet er: mange beskæftiget, få ansatte. Vi har hos os mere end 200 forfattere tilknyttet, men ingen aflønnes. Og organisationsspørgsmålet her: vi taler altså meget om flade organisationer i dag; jeg er redaktør og refererer både til en bestyrelse og en generalforsamling
Redaktionen
Vi har ikke afdelinger - vi er 3
Kampagneafdelingen
Kursuscenter
Lille sted alle sidder sammen
partner i virksomheden
Firmaet er mit
Hjemmearbejdsplads
Fagkontor
Fagkontor
Ledelse
Rent organisatorisk i it-afdelingen, men i praksis også en del af kommunikationsgruppen.
50/50 usability / marketing
På sekretariatet - vi er i alt to fuldtidsansatte i hele organisationen.
Partner
Freelance med eget kontor uden for arbejdspladsen
Chefredaktionen
Kontorfællesskab m fælles hjemmeside
HR
Kontorfællesskab

12 Hvor meget af din arbejdstid bruger du ca. på web i forhold til andre opgaver?	Abs.	Pct.
En halv dag om ugen	18	15%
En dag om ugen	10	8%
To dage om ugen	14	11%
Tre til fire dage om ugen	27	22%
Alle arbejdsdage	45	36%
Ubesvaret	10	8%
Basis	124	
Lodret procentberegning		
Spørgsmålstype: Kun ét svar		

13-15 Konkrete arbejdsopgaver

13 Hvilke øvrige kommunikationsfaglige/journalistiske opgaver løser du?	Abs.	Pct.
Ingen	11	9%
Pressemeddelelser	48	39%
Presserådgivning og pressehåndtering	38	31%
Krisehåndtering og beredskab	18	15%
Kommunikationsstrategier	60	49%
Informationsmaterialer	65	53%
Diverse notater	32	26%
Kampagner	43	35%
Årsrapporter	20	16%
Presseklipper	15	12%
Undervisning	46	38%
Andet	44	36%
Ubesvaret	13	11%
Basis	122	
Lodret procentberegning		
Spørgsmålstype: Gerne flere svar		

14 Hvilke opgaver har du i forhold til web? Sæt gerne flere flueben.	Abs.	Pct.
Skriver nyheder, artikler og temaer til hjemmesiden	80	67%
Udarbejde retningslinjer, politikker og strategier for hjemmesiden/hjemmesiderne	84	71%
Kvalitative og kvantitative brugerundersøgelser	55	46%
Indholdsudvikling og koordinering	99	83%
Billedredigering	73	61%
Projektledelse (fx lancering af nye hjemmesider)	72	61%
Html-arbejde eller andet vedligehold i CMS	66	55%
Undervisning (fx CMS, skriv på nettet o.l.)	59	50%
Koordinering og afholdelse af møder med fagpersoner/lokale redaktører	69	58%

Kontakt til leverandører	74	62%
Udvikling af ny funktionalitet og tjenester	75	63%
Notér andet:	8	7%
Ubesvaret	11	9%
Basis	119	
Lodret procentberegning		
Spørgsmålstype: Gerne flere svar		

14 ANDET - Hvilke opgaver har du i forhold til web? Sæt gerne flere flueben.

Svar
Budgetter
Flash/multimedie
Nyhedsbreve
Igangsatte udvikling af ny funktionalitet mm.
Trafikdrivende aktiviteter, bannerkampagner, e-mail marketing, Effekt og ROI måling
Blogger, billeddele, kommenterer andres blogs
Foregående spørgsmål: I har nogle ret firkantede indstillinger på forhånd, som vil kunne give denne statistik er helt skævt billede af virkeligheden

15 Hvor mange hjemmesider/subsites råder din virksomhed over?	Abs.	Pct.
1	28	24%
2	13	11%
3-5	38	32%
6-10	9	8%
Flere end 10	21	18%
Ubesvaret	9	8%
Basis	118	
Lodret procentberegning		
Spørgsmålstype: Kun ét svar		

16-21 Konkrete strategiske aktiviteter

Spørgsmål 16 har indbygget spring – hvis 'nej' til spørgsmål 19. Hvis 'ja', 'ved ikke' og 'ubesvaret' til spørgsmål 17 og 18.

16 Udfører I målinger og/eller undersøgelser af hjemmesiden(erne)?	Abs.	Pct.
Ja	83	70%
Nej	23	19%
Ved ikke	2	2%
Ubesvaret	10	8%
Basis	118	
Lodret procentberegning		
Spørgsmålstype: Kun ét svar		

17 Hvilke målinger og/eller undersøgelser udfører I og hvor ofte (matrix)?	En gang om ugen		En gang om måneden		Hvert halve år		En gang årligt		Hvert andet år		Sjældnere		Aldrig		Ubesvaret		Basis
	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	Abs.	Pct.	
Logfil analyse	22	23%	33	35%	4	4%	3	3%	0	0%	5	5%	8	9%	19	20%	94
Spørgeskemaer på nettet	1	1%	2	2%	14	15%	18	19%	8	9%	9	10%	12	13%	30	32%	94
Fokusgruppe	0	0%	4	4%	7	7%	9	10%	4	4%	14	15%	23	24%	33	35%	94
Interviews	1	1%	2	2%	4	4%	12	13%	5	5%	21	22%	18	19%	31	33%	94
Tænke-højt-test	2	2%	3	3%	3	3%	10	11%	12	13%	15	16%	20	21%	29	31%	94
Test af prototyper	0	0%	6	6%	10	11%	11	12%	10	11%	13	14%	13	14%	31	33%	94
Benchmarking (deltagelse i fx Bedstpaanettet, Webchamp o.lign.)	0	0%	0	0%	2	2%	21	22%	3	3%	6	6%	30	32%	32	34%	94
Vandret procentberegning																	

Spørgsmålstype: Kun ét svar

18 Bruger du logfiler til oprydning/optimering af indholdet på hjemmesiden(erne)?	Abs.	Pct.
	Ja	45
Nej	28	31%
Ved ikke	8	9%
Ubesvaret	9	10%
Basis	90	
Lodret procentberegning		
Spørgsmålstype: Kun ét svar		

Spørgsmål 19 har indbygget spring – hvis 'nej' til spørgsmål 22. Hvis 'ja', 'ved ikke' eller 'ubesvaret' til spørgsmål 20 og 21.

19 Har I opstillet mål og succeskriterier for hjemmesiden?	Abs.	Pct.
Ja	51	45%
Nej	49	43%
Ved ikke	3	3%
Ubesvaret	10	9%
Basis	113	
Lodret procentberegning		
Spørgsmålstype: Kun ét svar		

20 HVIS JA - Hvilke typer af mål og succeskriterier har I opstillet?	Abs.	Pct.
Mål for trafik (fx antal unikke brugere)	41	65%
Mål for antal af abonnenter (fx på nyhedsbreve)	26	41%
Mål for effekt (fx salg, besparelser)	18	29%
Mål for holdninger (fx bedre branchekendskab, image)	27	43%
Ubesvaret	11	17%
Basis	63	
Lodret procentberegning		
Spørgsmålstype: Gerne flere svar		

21 HVIS JA - Hvor ofte måler I, om mål og succeskriterier er opfyldt?	Abs.	Pct.
En gang om året	19	30%
Hvert halve år	8	13%
En gang om måneden	11	17%
Oftere	4	6%
Aldrig	2	3%
Ved ikke	7	11%
Notér andet:	3	5%
Ubesvaret	9	14%
Basis	63	
Lodret procentberegning		
Spørgsmålstype: Kun ét svar		

21 ANDET - Hvor ofte måler I, om mål og succeskriterier er opfyldt?
Svar
Løbende
Løbende
Foregående spørgsmål: der er mange andre mulige succeskriterier; svar i nr. 21: en gang om måneden

22-29 Webstrategien

Spørgsmål 22 har indbygget spring - hvis 'nej', 'ved ikke' eller 'andet' til spørgsmål 23 og 24.
Hvis 'ja' til spørgsmål 26, 27 og 28.

22 Har I nedfældet en strategi for hjemmesiden(erne) på din arbejdsplads?	Abs.	Pct.
Ja, den er en del af kommunikationsstrategien	32	29%
Ja, den er en del af IT-strategien	3	3%
Ja, den er en del af den overordnede strategi (forretningsstrategien)	21	19%
Ja, det er en selvstændig strategi	11	10%
Nej	23	21%
Ved ikke	1	1%
Notér andet:	11	10%
Ubesvaret	10	9%
Basis	112	
Lodret procentberegning		
Spørgsmålstype: Kun ét svar		

22 ANDET - Har I nedfældet en strategi for hjemmesiden(erne) på din arbejdsplads?
Svar
Den er ved at blive skrevet
Den er stadig i proces som selvstændig strategi.
Er på vej
Delvist, men stadig under udarbejdelse
Vi er i gang med ny webstrategi, som en del af den samlede kommunikationsstrategi og forretningsstrategi
Det er vi i gang med
Nej, men det har vi planer om
Vi er i gang. den eksisterer ikke endnu
Er under udførelse
Helt ny arbejdsplads, så vi har endnu ikke gjort det
Er i færd med det

23 HVIS NEJ - Ville du gerne have en specifik strategi for hjemmesiden(erne)?	Abs.	Pct.
Nej	5	12%
Ja, men vi har ikke ressourcer til at få den lavet	6	14%
Ja, vi går snart i gang	14	33%
Ved ikke	3	7%
Notér andet:	7	16%
Ubesvaret	8	19%

Basis	43
Lodret procentberegning	
Spørgsmålstype: Kun ét svar	

23 ANDET - Ville du gerne have en specifik strategi for hjemmesiden(erne)?
Svar
Ja
Ja
Den skal være en del af den overordnede kommunikationsstrategi
Ja, vi er i gang.
Ja, vi er i gang
Strategien og dialogen er mundtlig i afdelingen og i ledelsen
Har noget løst formuleret. Har derfor sat gang i at få det konkretiseret, fordi det er svært at gøre sit arbejde ordentligt uden strategi og konkrete mål

Spørgsmål 24 har indbygget spring - hvis 'ja' til spørgsmål 25 og herefter til spørgsmål 30. Hvis 'nej' direkte til spørgsmål 30.

24 HVIS NEJ - Har I en uformel strategi for hjemmesiden?	Abs.	Pct.
Ja	19	44%
Nej	13	30%
Ved ikke	3	7%
Ubesvaret	8	19%
Basis	43	
Lodret procentberegning		
Spørgsmålstype: Kun ét svar		

25 HVIS JA - Beskriv hvad den uformelle strategi indeholder
Svar
Den er helt i tråd med organisationens strategi og kommunikationsstrategien. Den nye vi er ved at skrive går tættere på mediet og de undersider vi har, så man som webansvarlig forstår hvad de fine ord betyder når de skal omsættes til handling.
Indholdet skal være sandt og sagligt og navigationen skal være nem
Den skal være oplysende, underholdende og understøtte organisationens værdier. Den skal være modtagerrettet.
Frekvens for udskiftning af forside, typer/antal nyheder og teasers på forside. Mål: Mersalg, både direkte men også indirekte gennem inspiration
En del medlemsinformation og en del nyheder/branding. Hvilket afspejles på forsiden. Man skal gøre sig fortjent til at komme på forsiden :-) Aktuelle kampagner promoveres etc.
Vi skal have så mange så muligt ind på siden - og herefter til at besøge os fysisk.
Vi eksperimenterer med nye funktioner og prøver, hvad man kan drive det til, forsøger at lokke kunder til og skaber os en plads i søgemaskinerne.
Mål/målgruppe succeskriterier
Siderne skal være opdaterede med gældende oplysninger. Mht. design ville jeg gerne have nogle nye principper, men jeg er nødt til at leve med min forgængers valg.
Det indeholder formålet med hjemmesiden og hvilken type information, vi gør tilgængelig.
Det ville tage lang tid. Men det er noget med at få det brugbare indhold længst fremme, at få indhold direkte på siderne i stedet for som pdf-filer, at den, som arbejder med et område også

er ansvarlige for web, at opfylde bedst-på-nettet-kriterierne etc.
Nyheder prioriteres, 2 målgrupper prioriteres over 2 andre
At sælge varer via nettet, og at det er en stigende omsætning. At give gode informationer om varerne. At være pålidelige, seriøse og troværdige. At brande firmaet i forhold til kunder, presse og konkurrenter m.m.
Opdatering hele tiden, forlænget "arm" ift. salg mv.

26 HVIS JA - Er strategien vedtaget af ledelsen	Abs.	Pct.
Ja	70	74%
Nej	13	14%
Ved ikke	3	3%
Ubesvaret	8	9%
Basis	94	
Lodret procentberegning		
Spørgsmålstype: Kun ét svar		

27 HVIS JA - Hvilke elementer indeholder strategien for hjemmesiden(erne)?	Abs.	Pct.
Redaktionelle retningslinjer	62	66%
Personas eller brugerprofiler	16	17%
Formål	58	62%
Målsætninger	53	56%
Succeskriterier	38	40%
Afsnit om organisations overordnede strategi	34	36%
Konkrete indholdsrelaterede emner	33	35%
Søgeordsoptimering	26	28%
Retningslinjer for organisering af driften	36	38%
Ubesvaret	10	11%
Basis	94	
Lodret procentberegning		
Spørgsmålstype: Gerne flere svar		

Spørgsmål 28 har indbygget spring – hvis 'et kommunikations- eller webbureau' til spørgsmål 29.

28 HVIS JA - Hvem har skrevet strategien for hjemmesiden(erne)?	Abs.	Pct.
Min chef	4	4%
Ledelsen	9	10%
En kollega	7	8%
En medarbejder	3	3%
Mig selv	37	40%
Et kommunikations- eller webbureau	1	1%

Ved ikke	2	2%
Notér andet:	21	23%
Ubesvaret	9	10%
Basis	93	
Lodret procentberegning		
Spørgsmålstype: Kun ét svar		

28 ANDET - Hvem har skrevet strategien for hjemmesiden(erne)?
Svar
Kommentar til tidligere spørgsmål: i den flade organisation er jeg ledelsen; også her.
Et samarbejde i kommunikationsafdelingen
Flere har været med til at skrive. Både ledelse og kollegaer
Mig selv og min chef med vejledning fra vores hovedkvarter
En afdeling
Kommunikationsafdelingen (web er en del af kommunikationsstrategien)
E-bizafdelingen i samarbejde
Den er som tidligere nævnt MUNDTLIG
Flere kolleger har bidraget, men kommunikationschefen har godkendt.
Konsensus
Vi har kun en uformel - og ikke nedskrevet strategi
Det er diskuteret i vores enhed
Min teamleder, mig og resten af afdelingen
Ikke nedskrevet
Mig i samarbejde med medarbejdere i huset
Mig i fællesskab med chefen
Tværfaglig webgruppe
Kommunikationsgruppen i samarbejde
Alle de respektive redaktører er ansvarlige for deres andel af strategien
Sammenstykket fra flere kilder
Udarbejdet sammen med min chef

29 HVIS BUREAU - Hvad kostede det at få udarbejdet strategien?
Svar
10000

30-31 Model for webstrategi

Spørgsmål 30 skulle der have haft indbygget et spring - hvis 'ja' eller 'ved ikke' til spørgsmål 31. Det er en opsætningsfejl, som vi ikke har fanget.

30 Hvis der var udviklet en standardmodel for en hjemmesidestrategi ville du så bruge den?	Abs.	Pct.
Ja	43	39%
Nej	22	20%
Ved ikke	36	33%

Ubesvaret	8	7%
Basis	109	
Lodret procentberegning		
Spørgsmålstype: Kun ét svar		

31 Hvordan skulle modellen se ud?	Abs.	Pct.
Meget veldefineret - nærmest tjekbokse	19	18%
Mere løs model, som jeg selv kan påvirke	36	34%
Udelukkende guidelines/gode råd	35	33%
Notér andet:	9	8%
Ubesvaret	8	7%
Basis	107	
Lodret procentberegning		
Spørgsmålstype: Kun ét svar		

31 ANDET - Hvordan skulle modellen se ud?
Svar
.
Veldefineret - fordi begrundelsen for at skulle bruge færdig model er at den skal være til at gribe fat i, når man er presset på ressourcer.
Ingen standardmodel vil kunne passe til den mangesidede virkelighed
gerne kombination af løs model og guidelines
Problemstillingen er vel, at man ikke kan opsætte en komplet standard for strategi. Så alle elementer er relevante.
Strategien bør være en del af den overordnede forretningsstrategi, så hvis der skal være en model skal den jo tage udgangspunkt i denne. Så udgangspunkt har jeg dog svært ved at forestille mig at der kan laves ret meget andet end guidelines. Vigtigst af alt er, at strategien bliver forankret hele vejen gennem organisationen. Da der ikke er andre steder at skrive noter, så har lige en kommentar til analysedelen. Der mangler et punkt der hedder "Client" analyser, vi benytte ikke længere logfiles analyser, men laver dagligt client baserede analyser. De fleste webanalyser fungerer i dag med små scripts på hver side og ikke vha. logfiler
En standardmodel kunne måske give lidt inspiration. Men jeg tror ikke, det vigtige er at have en strategi - men at udvikle den. Og en standardstrategi gør det let blot at udfylde nogle felter uden at tænke ret meget. Og det kan være et problem på længere sigt, hvis der ikke ligger diskussion og omtalte bag strategien. Kort sagt: Selve strategiens opbygning er ikke så vigtig - det er mere diskussionen og den fælles forståelse, som strategiarbejdet medfører.
Hvilken del af "NEJ" forstår I ikke?
Hvad mon I mener? En strategi-model for udvikling af hjemmesider, som kunne bruges af alt fra kommercielle hjemmesider til små NGO-sider? Det lyder ikke helt let, men måske heller ikke umuligt. Jeg tror, at jeg ville foretrække at bruge strategi-konsulenter, som var langt længere inde i den konkrete virksomheds situation

