

KOMMUNIKATØREN OG KRISEN

Uroen ulmer. Selvom arbejdsløsheden stadig er historisk lav, så banker angsten for fyringer på døren.

Nu gik det ellers lige så godt. Kommunikationsfaget vækster. De seneste år har flere kommunikatører fundet vej ind på arbejdsmarkedet. Dansk Kommunikationsforening har fået flere medlemmer, og det samme gælder Forbundet Kommunikation og Sprog og Dansk Magisterforening. I Dansk Journalistforbund snakker de ligefrem om, at væksten i kommunikationsfaget kompenserer for faldet i journalistbranchen. De seneste år har mere end 1.000 nye kommunikationskandidater om året fundet vej ud på arbejdsmarkedet.

Ledigheden er lav. I Kommunikationsforeningen var 6,6 procent af medlemmerne ledige i 2008. Det er lidt flere end i 2007, men ikke så mange som i 2006, hvor 8 procent var ledige. Mønstret går igen i Journalistforbundet, Kommunikation og Sprog og Dansk Magisterforening.

Men kurven er vendt. Ingen går fri af krisen. Heller ikke kommunikationsbranchen. Fire ud af ti kommunikationschefer har allerede mærket krisen på egen krop, og de forventer, at det bliver værre. 84 procent mener, at bureauerne bliver hårdest ramt. 66 procent regner med, at det går ud over de nyuddannede, og næsten lige så mange tror at privatansatte og freelancere vil opleve krisen. Det viser en rundspørge i Dansk

Kommunikationsforenings panel af 130 kommunikationschefer.

En af tre kommunikationschefer har skåret ned på budgetterne, og hver femte har skruet ned for den eksterne hjælp. Men samtidig med at budgetterne bliver mindre, så vokser opgaverne. Der er stort behov for forandringskommunikation og krisekommunikation. Need-to-have er hot. Nice-to-have er not. Den økonomiske krise fordrer, at vi bliver bedre til at vise, hvad vi kan, og hvordan vi skaber værdi.

Temaet her handler om kommunikatøren og krisen. Kommunikationschefer giver bud på, hvad det kommer til at betyde for faget. Fagforeninger og kommunikationsuddannelser lægger nye tal på bordet, arbejdsmarkedsforskeren understreger at der er behov for arbejdskraft og formanden for Dansk Kommunikationsforening vil styrke netværk og kompetencer.

Håbet er forårsgrønt. Kommunikation er stadig et vigtigt konkurrenceparameter i videnssamfundet. De som bliver hårdest ramt af krisen i dag, får måske lært at trimme og justere i tide, så de står stærkt på den anden side af krisen.

God læselyst

Lisbeth Eckhardt-Hansen