



Af Ole Schmidt Pedersen
formand for Dansk Kommunikationsforening

EN STÆRK KANAL

De trykte medier har det svært. Oplagene falder, og hvert år stjæler de elektroniske medier nye markedsandele fra de traditionelle aviser og fagblade. Kampen om læsernes opmærksomhed har aldrig været større.

Det var på den dystre baggrund, at Dansk Kommunikationsforenings bestyrelse før sommerferien besluttede at få læsernes vurdering af Kommunikatøren. En læserundersøgelse blev gennemført i september, og resultatet var på mange områder overraskende. Kommunikatøren er således fortsat et fagblad med en meget høj opmærksomhed. Tre ud af fire læser i gennemsnit mere end 25 pct. af bladet, og på flere områder er der en endog meget høj tilfredshed med indholdet. 90 pct. af de adspurgte mener fx, at artiklerne i meget høj grad eller nogen grad er troværdige, 88 pct. siger, at de er relevante, og 86 pct. tilkendegiver, at de er aktuelle. Og to tredjedele oplyser, at bladet giver inspiration til deres arbejde.

Der er læsere til alle stofområder i Kommunikatøren, men den største interesse samler sig om 'strategisk kommunikation', 'presse', 'nye medier', 'trends' og 'intern kommunikation'. Mindst interesse er der for investor relations, klimakommunikation, HR, international kommunikation og markedsføring.

Bemærkelsesværdigt er det også, at læserne tilkendegiver, at de i højere grad er interesserede i cases og praktiske værktøjer end i interviews og underholdende vinkler.

Men læserne peger også på områder, der kan blive bedre. Fx mener omkring en tredjedel, at bladet kun i ringe grad er 'på forkant med udviklingen', og at bladet kunne være mere åbent for videndeling.

Det er en vital forudsætning for en organisation som Dansk Kommunikationsforening, at den er i stand til at praktisere en moderne og åben kommunikation med sine medlemmer og øvrige interessenter. I den sammenhæng er Kommunikatøren blot én af foreningens mange kommunikationskanaler, men bladet har tilsyneladende en stærk position i læsernes bevidsthed og er dermed konkurrencedygtigt både i forhold til foreningens øvrige, elektroniske, medier og i forhold til andre medier i vores branche. Det er en vigtig pointe, som fortjener et stort anerkendende nik i en tid, hvor andre organisationer diskuterer, om de skal ændre eller fortsætte udgivelsen af deres trykte medier.

Glemte jeg at nævne, at Kommunikatøren planlægges og skrives af en entusiastisk kreds af frivillige medlemmer. Det gør ikke produktet mindre imponerende.

'Det er en vital forudsætning for en organisation som Dansk Kommunikationsforening, at den er i stand til at praktisere en moderne og åben kommunikation med sine medlemmer og interessenter'