

Trendonderzoek Interne Communicatie 2017

Rapportage kwantitatieve resultaten

Involve, specialisten in interne communicatie
Vakblad Communicatie

September, 2017

Achtergrond van het onderzoek

Doelstelling

Involve, specialisten in interne communicatie, en Vakblad Communicatie hebben in 2017 voor de vierde keer het Trendonderzoek Interne Communicatie in Nederland en België gehouden. Doelstelling van dit onderzoek is het in beeld brengen van de ontwikkelingen op het gebied van interne communicatie en de professionals die daarin werkzaam zijn.

Methode:

Het onderzoek bestaat uit een kwantitatief gedeelte, waarbij de respondenten zijn uitgenodigd deel te nemen aan een online survey. Daarop volgend zijn kwalitatieve telefonische interviews met een aantal professionals gehouden.

Rapportage

In deze rapportage, opgebouwd in drie hoofdthema's, zijn de resultaten van het kwantitatieve onderzoek weergegeven. Waar mogelijk, is gerapporteerd over de volledige onderzoeksgroep in relatie tot de onderzoeken in 2011, 2013 en 2015. Daarbij moet in afweging worden genomen dat het aantal respondenten in 2017 (266) significant hoger ligt dan in 2011 (100) en 2013 (111) en gelijkwaardig is aan 2015 (248). Waar, onder andere vanwege het verschil in responsaantallen, de resultaten niet vergelijkbaar waren zijn deze niet verwerkt.

Drie thema's



Onderwerpen

IC'er als professional (Cluster 1 + 2 + 6)

1. De interne communicatieprofessional
2. Rol van de IC professional
3. Functies van interne communicatie

IC in de organisatie (Cluster 3 + 4 + 9)

1. Belang van interne communicatie in organisatie
2. Interne communicatie met impact
3. Positie

IC in de toekomst (Cluster 5 + 7 + 8)

1. Effectiviteit van middelen
2. Kwaliteit van gesprekken
3. Organisatie-thema's (Toekomst)

IC'ER ALS PROFESSIONAL

Inhoud

1. De interne communicatieprofessional
2. Rol van de IC professional
3. Functies van interne communicatie

1. De IC professional 2017 vraag 1, 2, 22, 23 en 24

Op basis van het onderzoek stellen we vast wie de ‘gemiddelde’ deelnemer van het onderzoek is. De respons is 266. In deze editie is 83% werkzaam bij een Nederlandse organisatie, 12% bij een Belgische en heeft 5% een ander antwoord ingevuld (freelancer, internationale organisatie etc.).

De respondent is overwegend vrouw (82%). De gemiddelde leeftijd is 42 jaar. De oudste respondent is 65 jaar, terwijl de jongste 20 jaar oud is. Het gemiddelde aantal jaren werkervaring is 11 jaar.

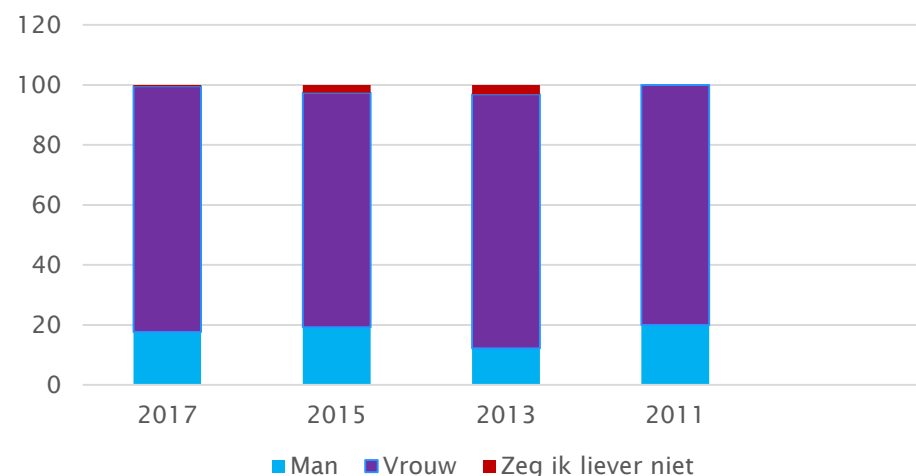
N=266

37% verantwoordelijk voor IC

5% niet. 58% heeft taken gerelateerd aan IC

In totaal is 95% verantwoordelijk voor of heeft taken gerelateerd aan IC. Dit is een stijging van 8% ten opzichte van vorig jaar

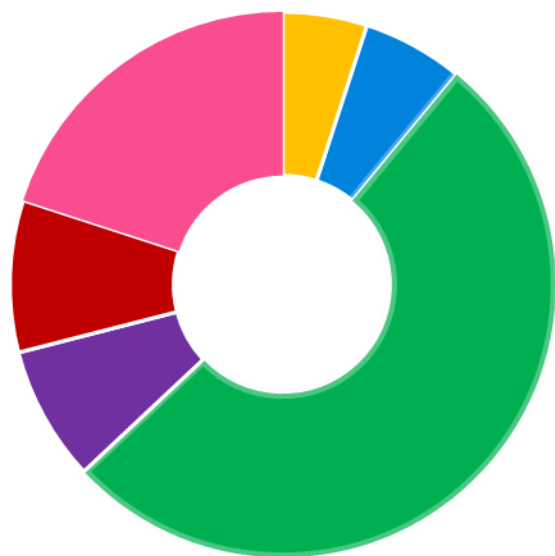
Geslacht



Waar de IC professional werkt 2017 vraag 3 en 4

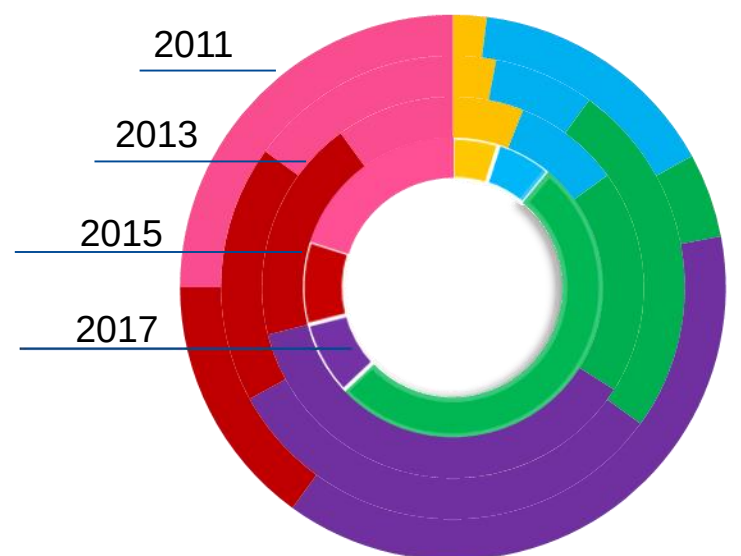
Het gemiddeld aantal werknemers in de organisaties komt uit op 4028 medewerkers.

2017



- Consultancy & Advisering ■ Industrie
- Non-profit ■ Profit
- Zakelijke dienstverlening ■ Anders, namelijk

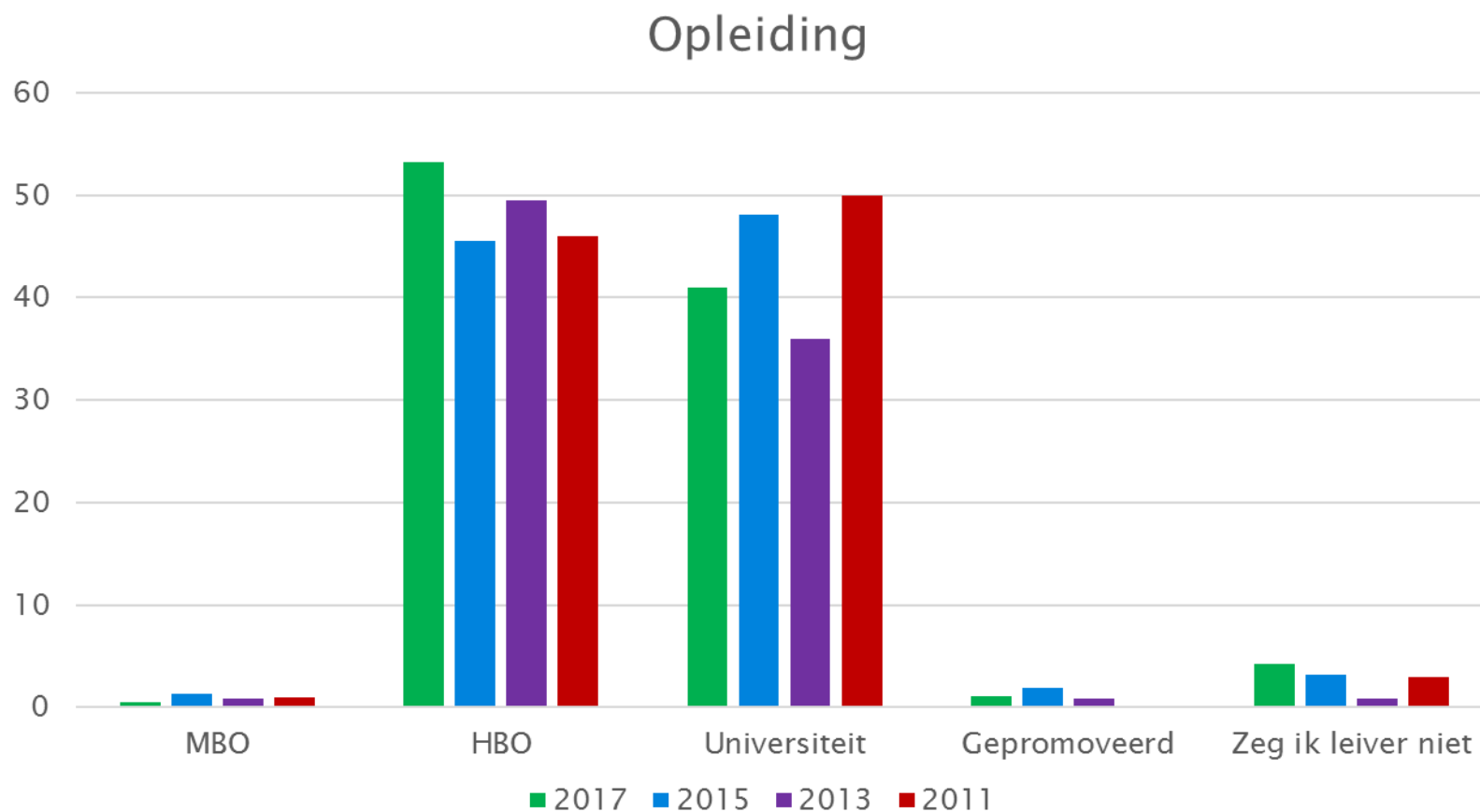
Vergelijking



- Consultancy & Advisering ■ Industrie
- Non-profit ■ Profit
- Zakelijke dienstverlening ■ Anders, namelijk

De opleiding van de IC professional 2017 vraag 24

De deelnemers zijn over het algemeen hoog opgeleid. Ruim 53% heeft een HBO-opleiding en 41% heeft een wetenschappelijke opleiding voltooid. Dit ligt in lijn met voorgaande jaren.



De naam van de afdeling waarvoor de IC professional werkt 2017 vraag 5 (nieuwe vraag)

Een greep uit de meest genoemde namen:

1. Marketing (16%)
2. Corporate Communication (7%)
3. Communications (7%)
4. Staf (3,5 %)
5. Interne Communicatie (3%)
6. Afdeling Communicatie (3%)
7. Directie (3%)
8. Dienst Communicatie (2,5%)

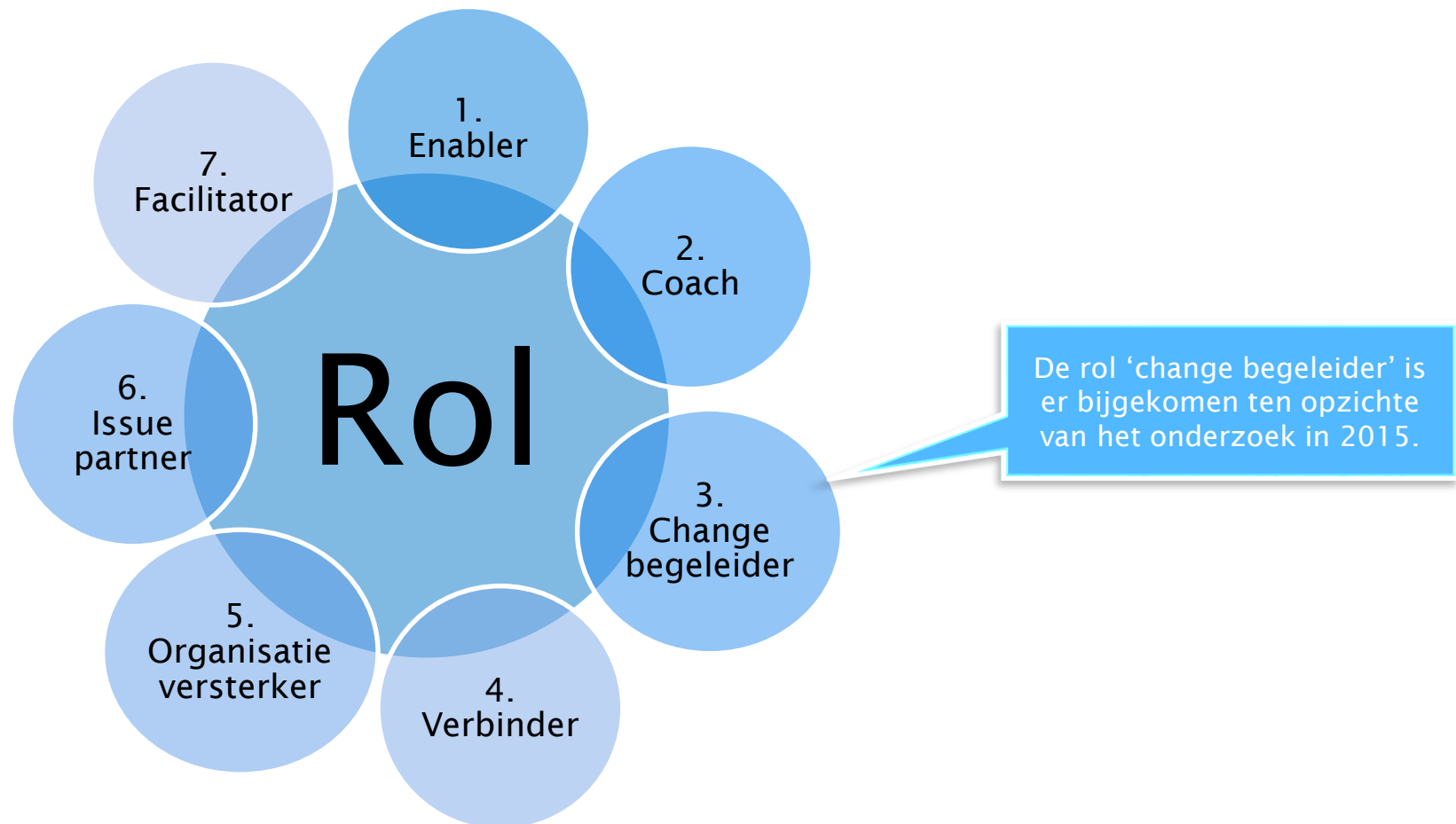
2. Rol van de IC professional 2017 vraag 11



In de categorie 'anders, namelijk' werd de rol 'verbinder' het meest genoemd

Hoe zien we onze rol in de toekomst? vraag 12

De respondenten zien zichzelf de volgende rollen vervullen in de toekomst. Van meest vaak (nummer 1) gezegd naar minst vaak gezegd (nummer 7).



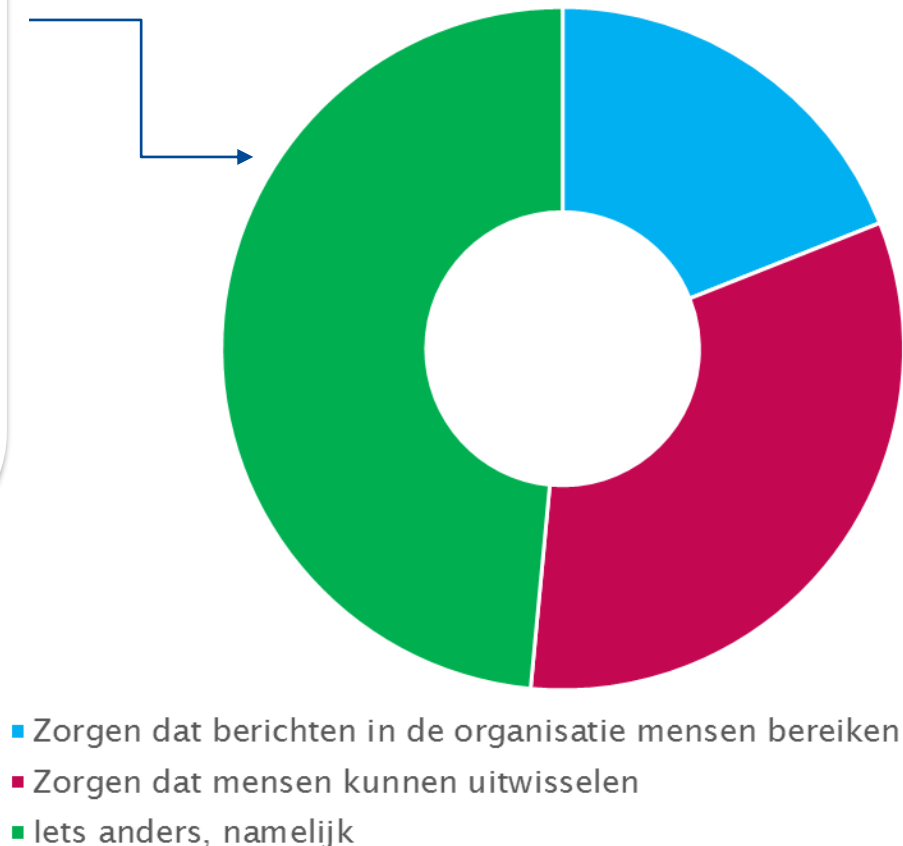
Wat betekent interne communicatie voor ons? vraag 6 en 7

Voor 48,5 % betekent Interne communicatie iets anders, bijvoorbeeld:

- Zorgen dat mensen elkaar vinden, dat het dialoog ontstaat en mensen het goede gesprek voeren.
- Zorgen voor betrokkenheid van medewerkers bij elkaar en in de organisatie.
- Zorgen voor duidelijkheid van over strategie, missie, doelen en waarden van de organisatie.
- Zorgen dat mensen beter, sneller, effectiever en efficiënter samen kunnen werken.

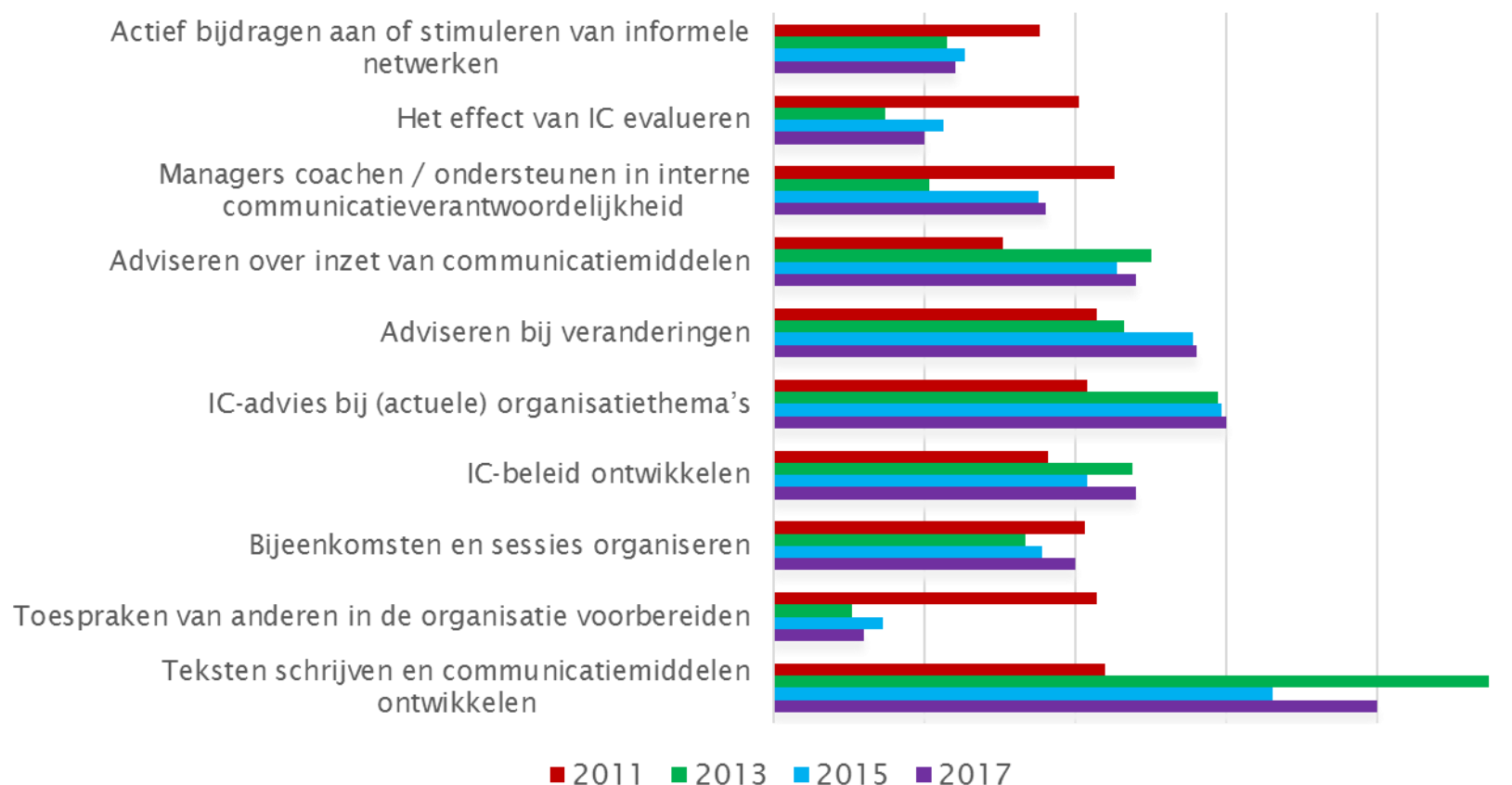
We zijn gemiddeld 60% van onze tijd bezig met IC

Betekenis IC



Inhoud van het takenpakket: globale tijdsverdeling vraag 9

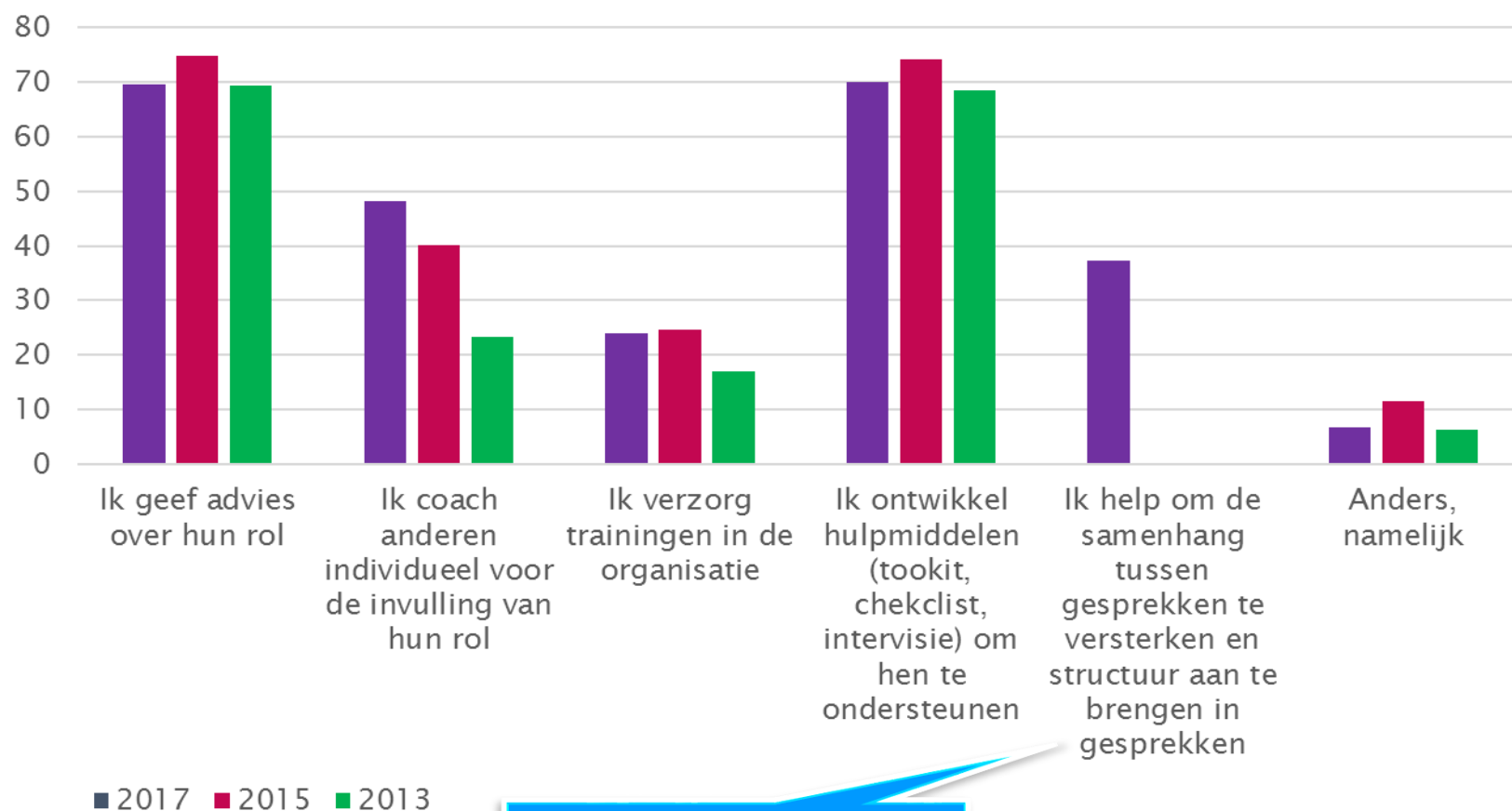
- 1: schrijven van teksten en ontwikkelen van communicatiemiddelen*.
- 2: adviseren over communicatie bij organisatiethema's en veranderingen



*Ontwikkelen communicatiemiddelen is in 2015 aan deze stelling toegevoegd. Voorgaande jaren betrof de stelling alleen het schrijven van teksten.

3. Functies van interne communicatie

Hoe ondersteun je medewerkers in hun rol? **vraag 13**



Dit jaar is deze categorie toegevoegd.
37,3% gaf dit als antwoord

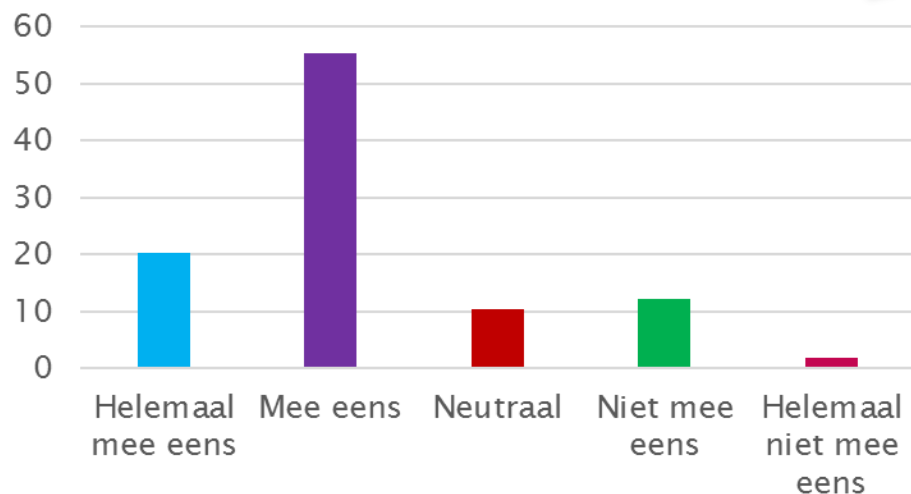
IC IN DE ORGANISATIE

Inhoud

1. Belang van interne communicatie in organisatie
2. Interne communicatie met impact
3. Positie

1. Belang van interne communicatie in de organisatie vraag 8

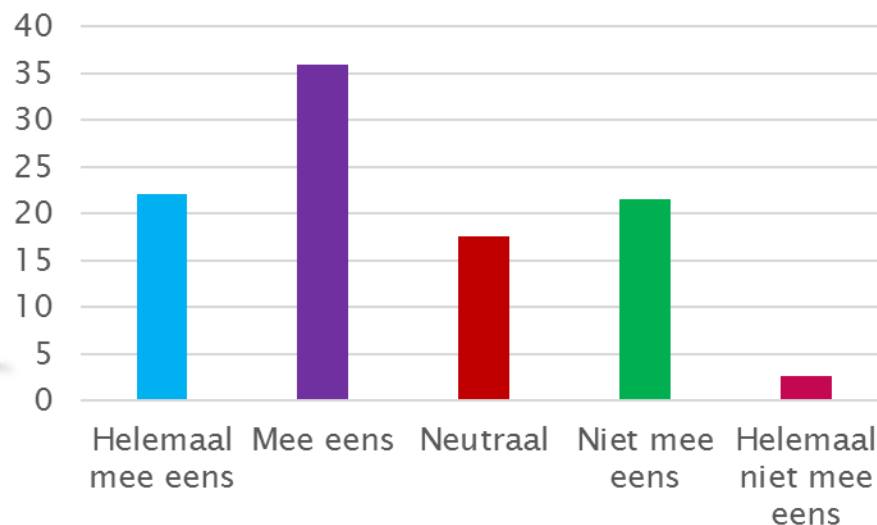
Mijn organisatie is zich bewust van de toegevoegde waarde van interne communicatie 2017



Mee eens; net als in voorgaande jaren. Weer meer dan vorig jaar

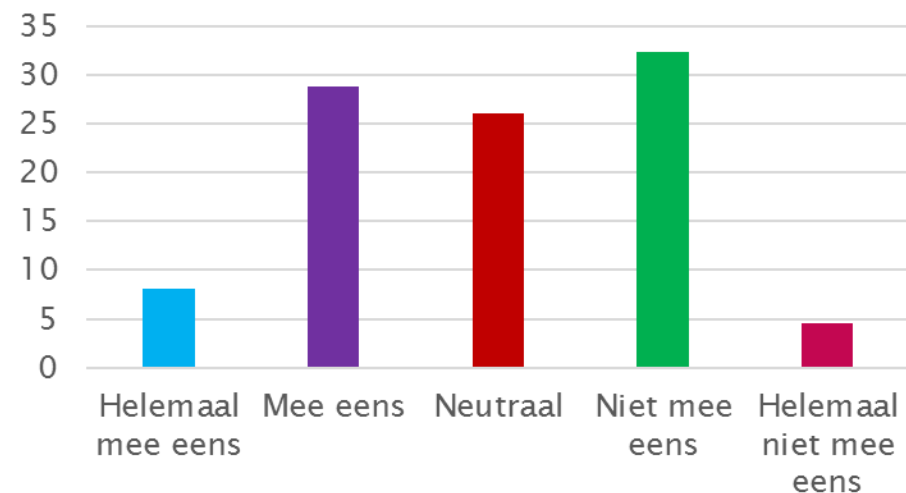
Dat ziet het merendeel van de communicatieprofessionals zo.

De focus van onze organisatie ligt meer op externe communicatie dan interne communicatie



1. Belang van interne communicatie in de organisatie vraag 8

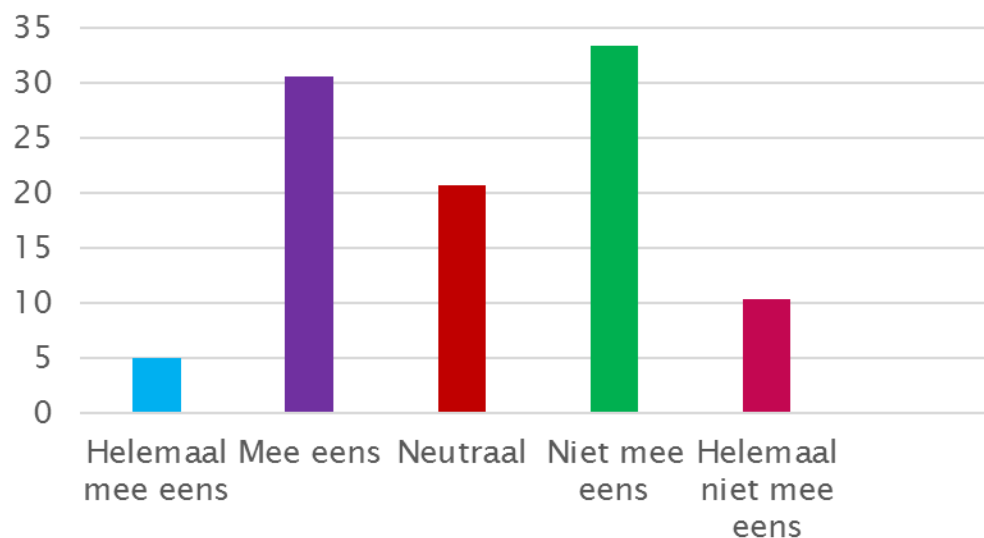
Als afdeling worden we standaard te laat betrokken bij belangrijke projecten of beslissingen



32% is het hier niet mee eens, tegenover 29% die het wel zo ziet. Daar valt een meer neutrale groep van 26% tussen. Door de jaren heen, zagen we een daling in het percentage dat het met deze stelling eens is, maar dit jaar weer een stijging

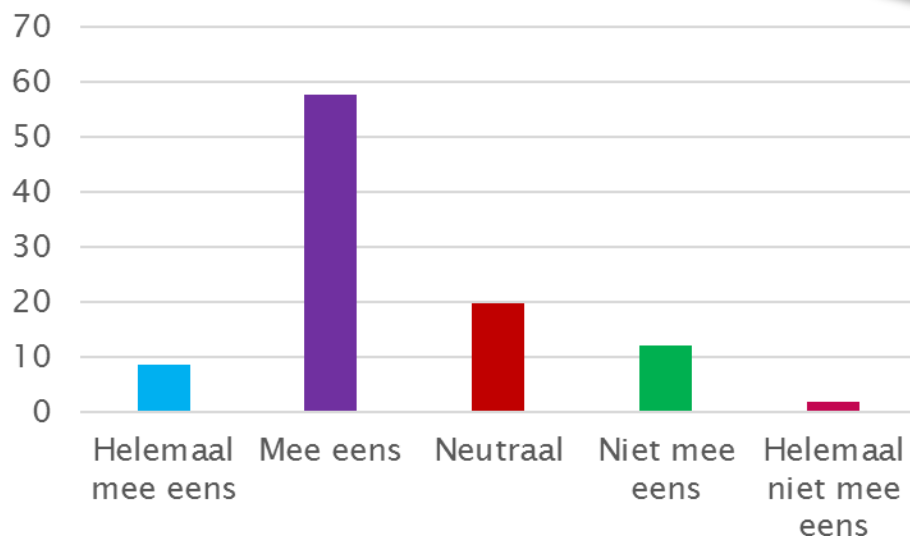
Volgens 33.3% is het budget niet voldoende, terwijl 30.6 % dat wel zo ziet. Vergeleken met vorig jaar zijn mensen iets tevredener over het budget (verschil van 6, 4).

Er wordt voldoende budget vrijgemaakt voor interne communicatie



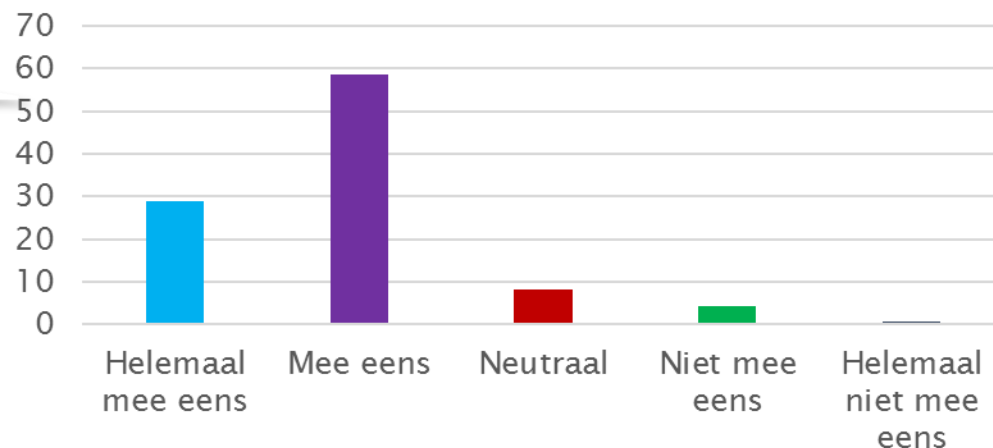
1. Belang van interne communicatie in de organisatie vraag 8

Onze communicatieafdeling weet wat er leeft binnen de organisatie.



In 2013 was een groot percentage het met deze stelling eens. In 2015 zien we een grote groep die hier 'neutraal' invult. Nu zien we weer een grote groep die het hier 'mee eens' is.

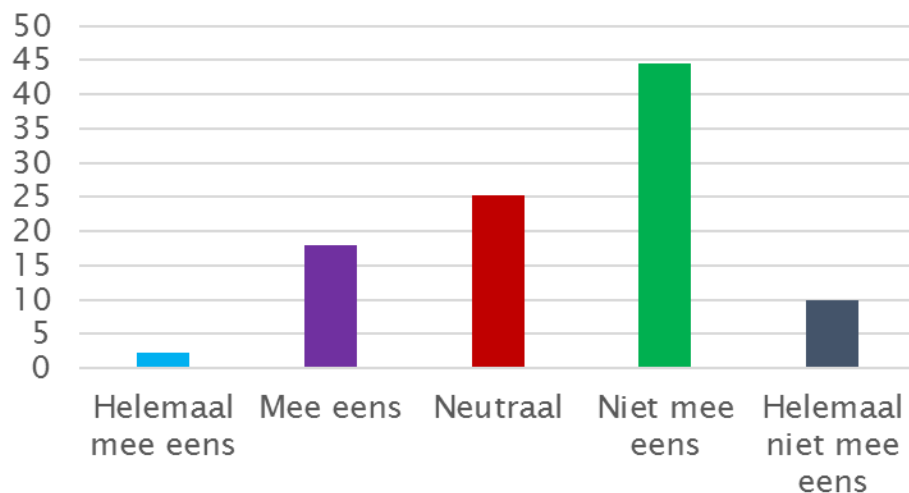
Ik geef ook ongevraagd advies als ik denk dat mijn communicatiekennis bijdraagt aan een project of plan, waarbij ik niet direct betrokken ben.



De IC-er doet dat vaak. Dit past binnen voorgaande jaren.

1. Belang van interne communicatie in de organisatie vraag 8

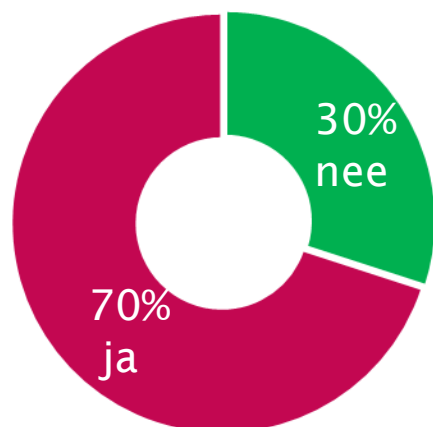
Het topmanagement geeft het goede voorbeeld op het gebied van interne communicatie.



Bijna de helft van de respondenten is het hier niet mee eens. Circa 18% is het er wel mee eens en een grote groep heeft hier 'neutraal' ingevuld. Dit ligt in lijn met voorgaande jaren.

2. Interne communicatie met impact vraag 16

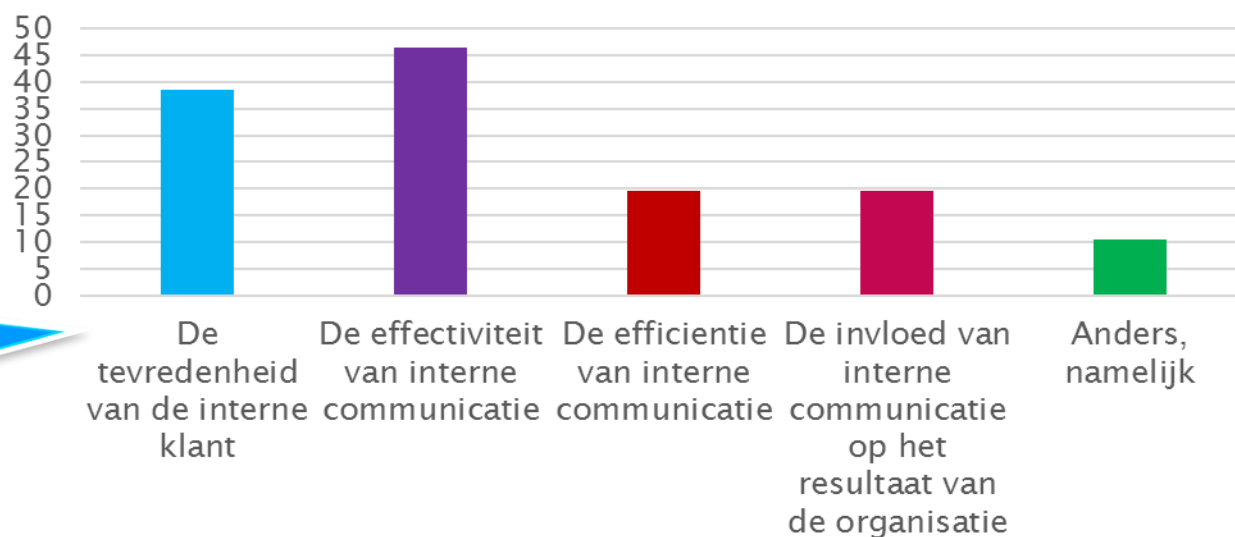
Doe je onderzoek naar interne communicatie in jouw organisatie?



In vergelijking met voorgaande jaren is er een stijgende lijn in het percentage dat wel onderzoek doet. Het percentage dat wel onderzoek doet is 19% hoger dan vorig jaar.

De onderwerpen waar het meeste onderzoek na gedaan wordt, zijn vergelijkbaar met voorgaande jaren: klanttevredenheid en effectiviteit.

Ik doe onderzoek naar:



2. Interne communicatie met impact vraag 17 en 18

De communicatieprofessional
beoordeelt IC in eigen
organisatie met een: 6.3

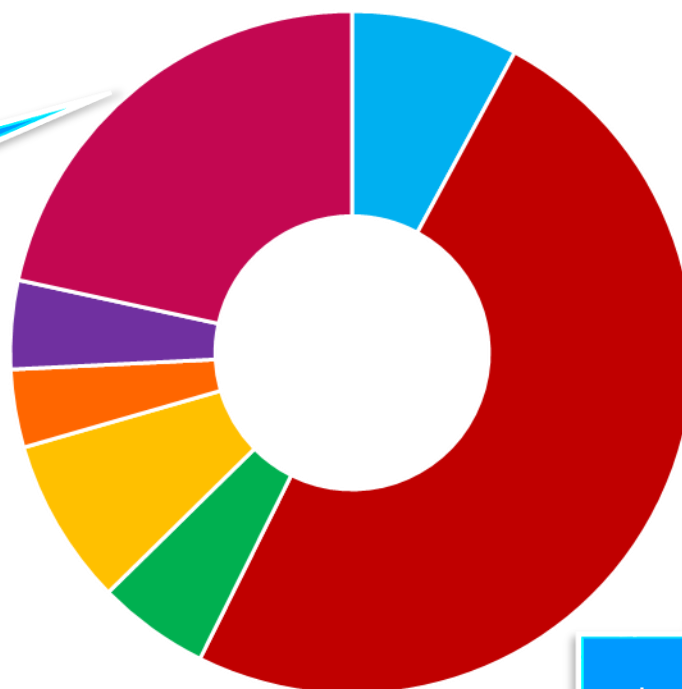
De communicatieprofessional
beoordeelt IC in eigen organisatie
iets lager: vorig jaar 6.4

In de beoordeling van de interne
klant op IC is een dalende lijn te
zien. Vorig jaar een 6.1, jaren
daarvoor een 6.7

De interne klant beoordeelt IC
met een: 6

3. Positie vraag 20

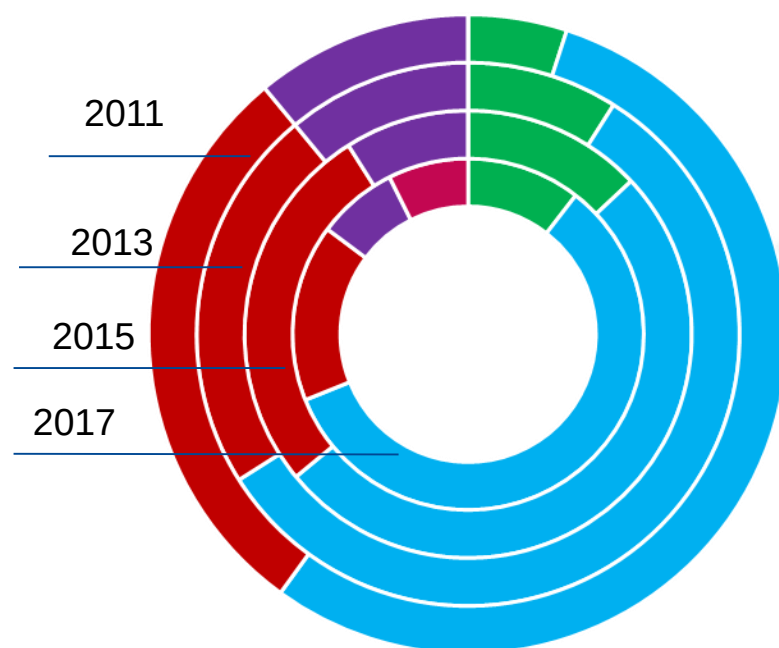
Wanneer het om andere afdelingen ('anders') gaat, zien we interne communicatie onder andere terug bij de stafafdeling, marketing & communicatie en communicatie.



- Aparte afdeling
- Onderdeel van Corporate Communicatie
- Onderdeel van HRM
- Onderdeel van Marketing
- Onderdeel van directiesecretariaat
- Samen met andere afdelingen zoals Corporate Social Responsibility
- Anders, namelijk

In lijn met voorgaande jaren is IC onderdeel van Corporate Communication. IC als aparte afdeling is voorgaande jaren gedaald (2011: 13%, 2013: 11% en 2015: 7%) en stijgt dit jaar weer iets (7,9%). De positie lijkt dus weer iets verbeterd.

3. Positie van communicatieafdeling vraag 21



- Onderdeel van directie / Raad van bestuur
- Een laag onder directie / Raad van bestuur
- Twee lagen onder directie / Raad van bestuur
- Geen positie, de IC-functie is versnipperd binnen de organisatie
- Anders, namelijk

Het merendeel van de communicatieafdelingen begeeft zich één laag onder de directie, nog meer dan voorgaande jaren. Opvallend is dat een stuk minder zich twee lagen onder de directie bevinden dan de jaren hiervoor.

IC IN DE TOEKOMST

Inhoud

1. Effectiviteit van middelen
2. Kwaliteit van gesprekken
3. Organisatie-thema's (Toekomst)

1. Effectiviteit van middelen vraag 10

Top 3 effectieve (groen) en niet-effectieve (rood) middelen door de jaren heen.

Opvallend is dat het intranet volledig van zijn plek is afgestoten en er plaats is gemaakt voor momenten in plaats van middelen. Over het mededelingenbord en het personeelsblad zijn we al een tijdje minder positief.

Opmerking: het middel 'interactieve sessie' en 'informatiesessie' zijn dit jaar toegevoegd

2011

1. Blog
2. Yammer
3. Wiki

2013

1. Mededelingenbord
2. Yammer
3. Wiki

2015

1. Wiki
2. Mededelingenbord
3. Digitaal personeelsblad

2017

1. Traditioneel Intranet
2. Mededelingenbord
3. Personeelsblad

2011

1. Intranet
2. Personeelsblad
3. Nieuwsbrief

2013

1. Intranet
2. Personeelsblad
3. Nieuwsbrief

2015

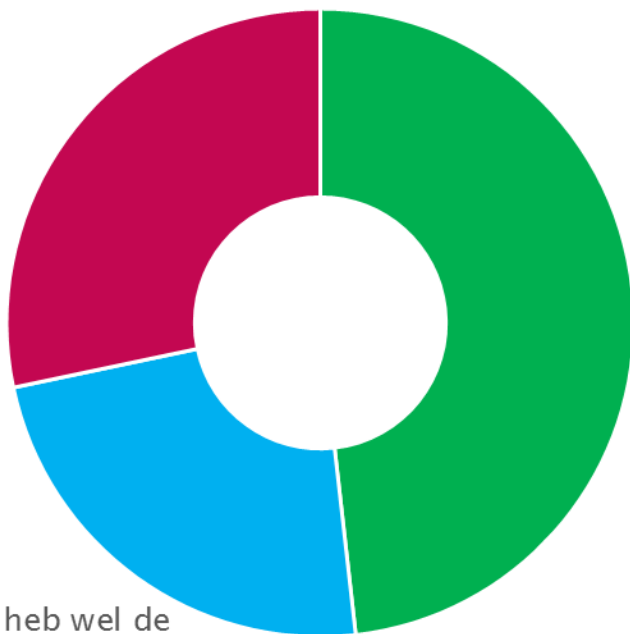
1. Film/video
2. Intranet
3. Sociale media (Yammer, Jive, etc.)

2017

1. Interactieve bijeenkomst
2. Informatiesessie
3. Film/video

2. Kwaliteit van gesprekken vraag 14 en 15

Speel jij een rol in het verbeteren van de kwaliteit van gesprekken binnen jouw organisatie?



- Nee, maar ik heb wel de intentie
- Nee, ben ik ook niet van plan
- Ja, namelijk

IC-ers geven de kwaliteit van gesprekken een 6.3

IC-ers spelen de volgende rollen in het verbeteren van gesprekken:

- Helpen om een gedeelde boodschap te creëren
- Helpen meningen boven tafel te krijgen
- Adviseren in gesprekstechniek
- Helpen reflecteren
- Feedback geven door observatie

3. Organisatie-thema's vraag 19

- Bedrijfsprocessen efficiënter inrichten (bv. door LEAN)
- Communicatiestructuur (bv. focus op social media)
- Cultuurverandering
- Kostenbewustzijn en bezuinigingen
- Duurzaamheid
- Organisatieverandering
- Strategie- en businessplannen
- Verbeteren kwaliteit en samenhang van gesprekken
- Reorganisatie
- Anders, namelijk

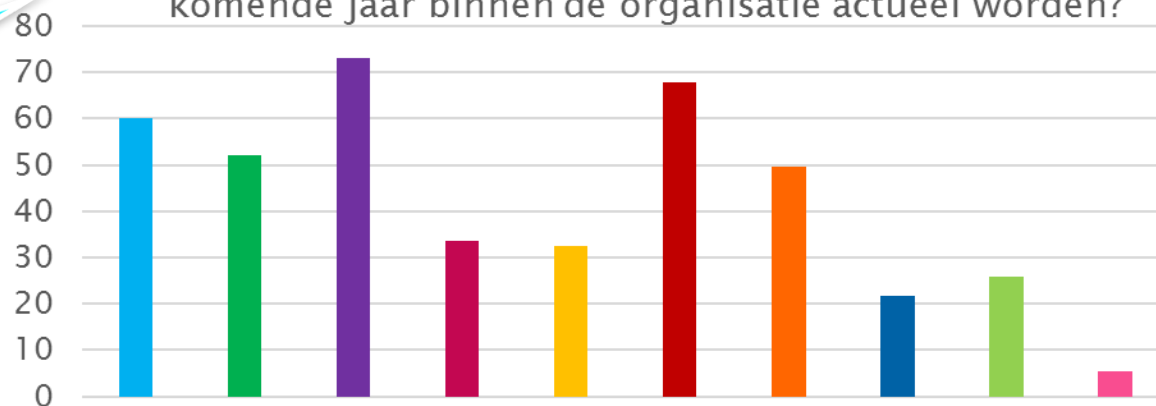
Top 3 thema's die volgens IC-ers

1. Cultuurverandering
2. Organisatieverandering
3. Bedrijfsprocessen

Reorganisatie, verbeteren kwaliteiten en samenhang van gesprekken en duurzaamheid worden als minder belangrijk gezien.

Top 3 is bijna hetzelfde als vorig jaar, alleen werd toen ook reorganisatie genoemd. Vorig jaar minder aandacht aan kostenbewustzijn en besparen, Het Nieuwe Werken en MVO.

Welke thema's zullen naar jouw verwachting in het komende jaar binnen de organisatie actueel worden?



VIER UITDAGINGEN VOOR IC

Accountability

Het meten van de outcome/impact die interne communicatie heeft op de bedrijfsprocessen

Inzet en ondersteuning (van lijncommunicatie)

Hoe bereiken we mensen in het primaire proces; is de deur naar het primaire proces nog steeds de manager of benaderen we medewerkers direct?

Scheppen van duidelijkheid en structuur

Het managen van de informatie-overload die medewerkers over zich heen krijgen

De rol van de IC-er

- De vraag naar IC op hoger niveau neemt toe
- Groeien naar coachende rol