

Trendonderzoek Interne Communicatie 2019

Rapportage kwantitatieve resultaten

Involve, specialisten in communicatie & change
Adformatie

Versie: 10 juli 2019

involve

Achtergrond van het onderzoek

- **Doelstelling**

Involve, specialisten in communicatie en change, en Adformatie hebben in 2019 voor de vijfde 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, 2015 en 2017. Daarbij moet in afweging worden genomen dat het aantal respondenten in 2015 (248), 2017 (266) en 2019 (243) significant hoger ligt dan in 2011 (100) en 2013 (111). Waar, onder andere vanwege het verschil in responsaantallen, de resultaten niet vergelijkbaar waren zijn deze niet verwerkt.

Drie thema's



Drie thema's

IC'er als professional

- Wie zijn de respondenten
- De rol van de IC-professional
- Functies van interne communicatie

IC in de organisatie

- Belang van Interne communicatie in organisaties
- Interne communicatie met impact
- Positie

IC in de toekomst

- Effectiviteit van middelen
- Organisatie-thema's in de toekomst

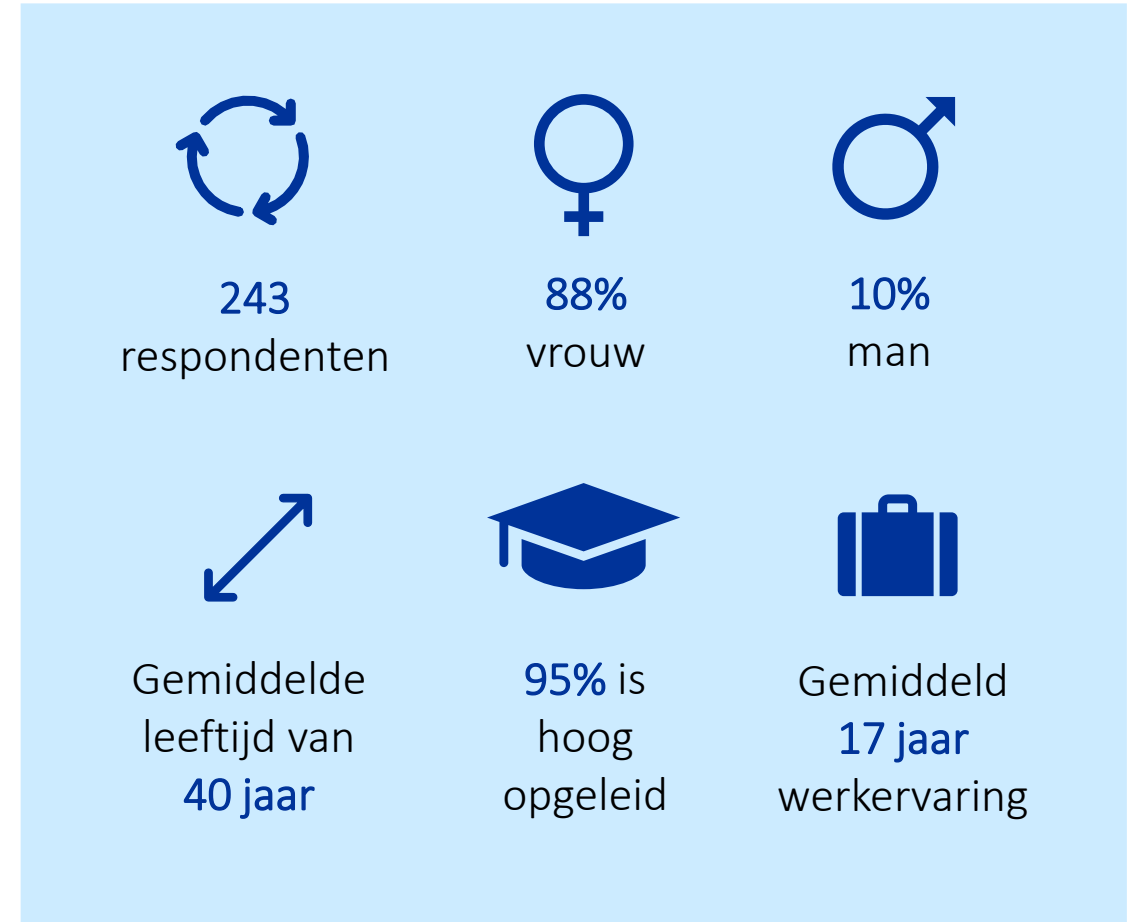


Wie zijn onze respondenten?

In totaal hebben 243 personen de enquête ingevuld, we verwachten dat we met dit aantal respondenten een goede afspiegeling kunnen geven van de gemiddelde IC'er. De respondent is overwegend vrouw (88%) en tussen de 24 en 62 jaar oud, met een gemiddelde leeftijd van 40 jaar. 57% heeft een HBO-opleiding afgerond en 37% een universitaire opleiding. Daarnaast hebben ze een gemiddelde werkervaring van 17 jaar.



De respondenten zijn gemiddeld **67%** van hun tijd bezig met interne communicatie. Dat is 7% meer dan in 2017.



Waar werken onze respondenten?

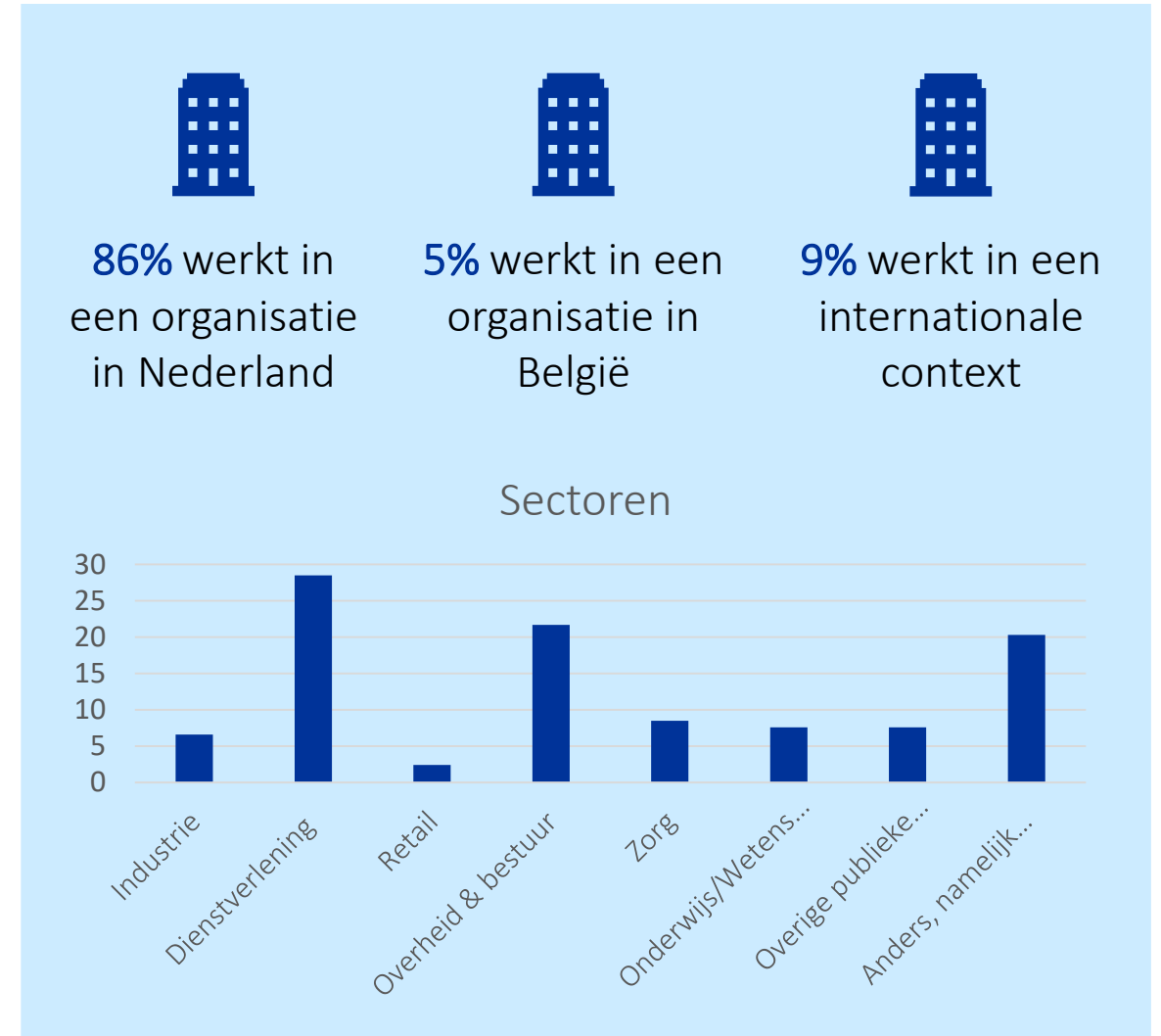
Van onze respondenten werkt 86% in een organisatie in Nederland en 5% in een organisatie in België. 9% geeft aan te werken in een internationale context. De organisatie waarin zij werken heeft gemiddeld 5.446 medewerkers.

De namen van de afdelingen:

- Communicatie (41,89%)
- Marketing (18,87%)
- Corporate communicatie (6,6%)
- Marketing en Communicatie (4,72%)
- HR (4,25%)

In 2017 was de top 3 hetzelfde. Wel zijn de afdelingen Marketing en Communicatie en HR in 2019 voor het eerst benoemd.

In 2017 werkte de onze respondenten voornamelijk in een non-profit omgeving. In 2019 is dit verschoven naar de zakelijke dienstverlening en overheid & bestuur.



Welke rol vervult de IC'er nu?

Bij deze vraag waren meerdere antwoorden mogelijk

47% werkt vooral samen met zijn/haar communicatiecollega's aan middelen, campagnes en adviezen

75% werkt vooral samen met mensen uit andere disciplines aan projecten en/of veranderprocessen

46% werkt vooral samen met managers, als hun adviseur en/of coach

8% is voornamelijk zelf manager of werkt samen met directie

Welke rol wil de IC'er vervullen?

Bij deze vraag waren meerdere antwoorden mogelijk

47% wil samenwerken met
communicatiecollega's aan
middelen, campagnes
en adviezen

68% wil samenwerken met
mensen uit andere disciplines aan
projecten en/of veranderprocessen

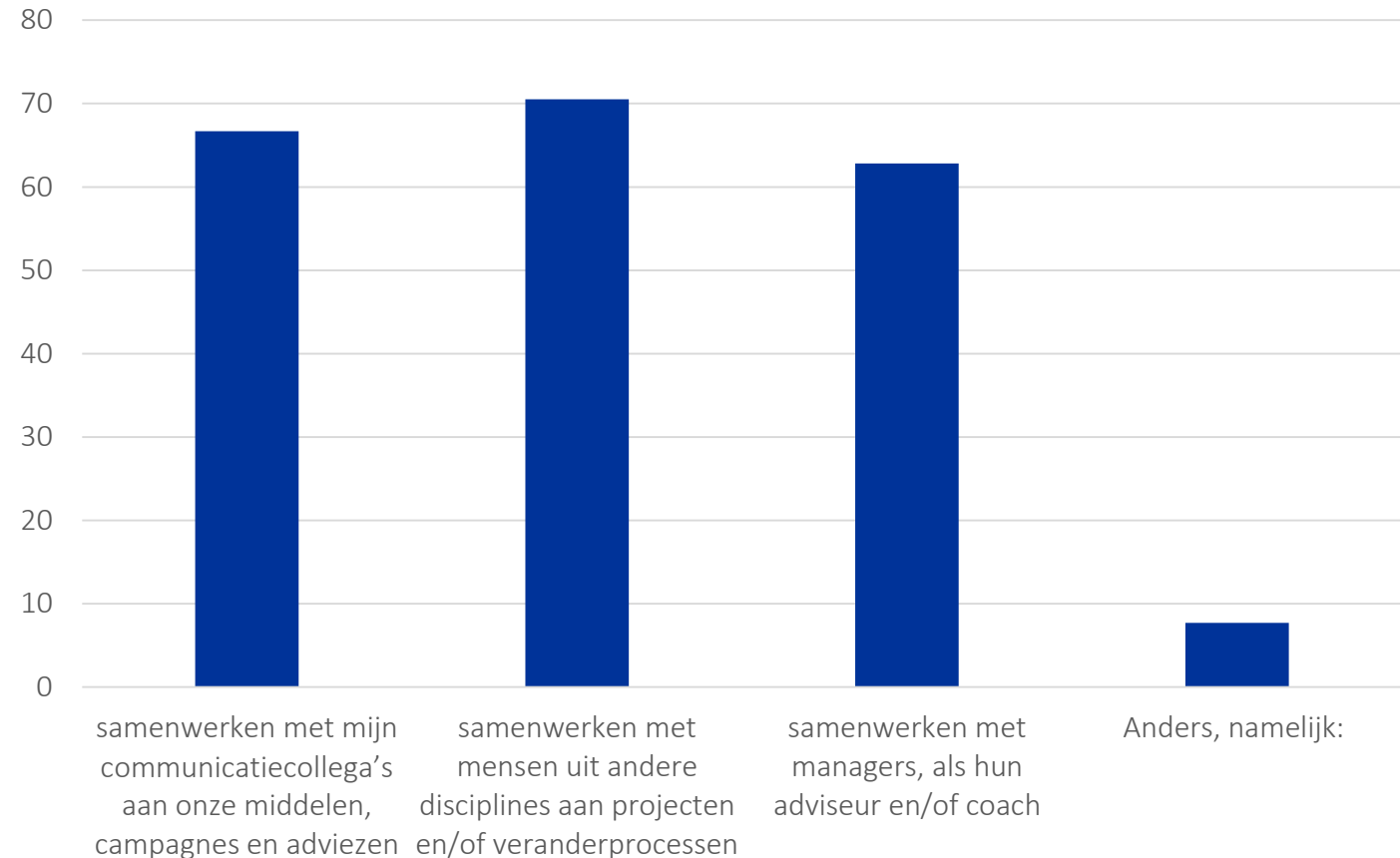
69% wil samenwerken
met managers, als hun
adviseur en/of coach

8% is overwegend blij
met de rol die hij/zij
nu vervult

Hoe ziet de IC'er zijn ideale rol?

Bij deze vraag waren meerdere antwoorden mogelijk

Traditionele rol:
De IC'ers die vooral samenwerken met hun communicatiecollega's aan middelen, campagnes en adviezen (47%), willen idealiter de volgende rollen vervullen:



Hoe ziet de IC'er zijn ideale rol?

Bij deze vraag waren meerdere antwoorden mogelijk

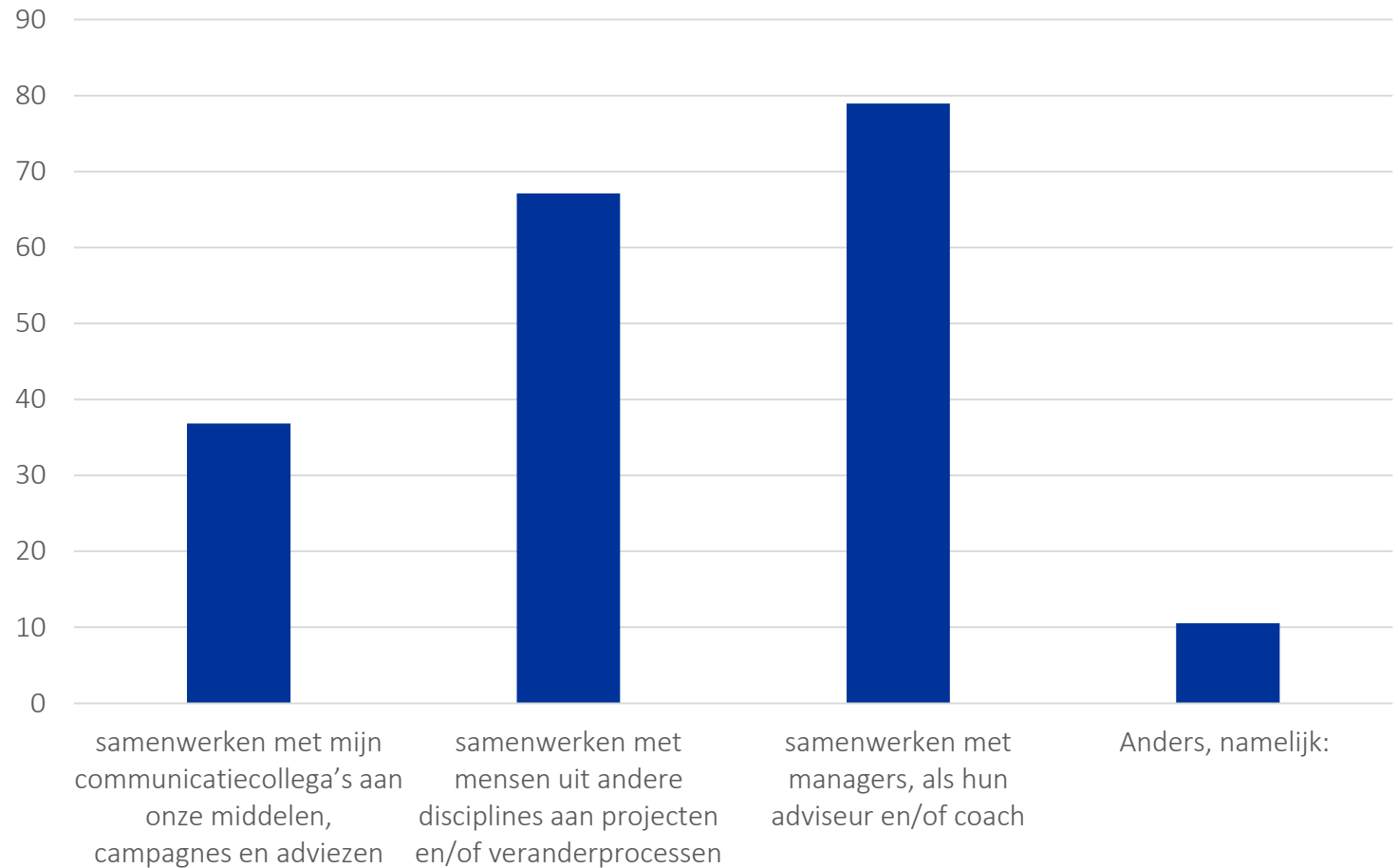
**Projectcommunicatie rol:
De IC'ers die vooral
samenwerken met
mensen uit andere
disciplines aan projecten
en/of veranderprocessen
(75%), willen idealiter de
volgende rollen vervullen:**



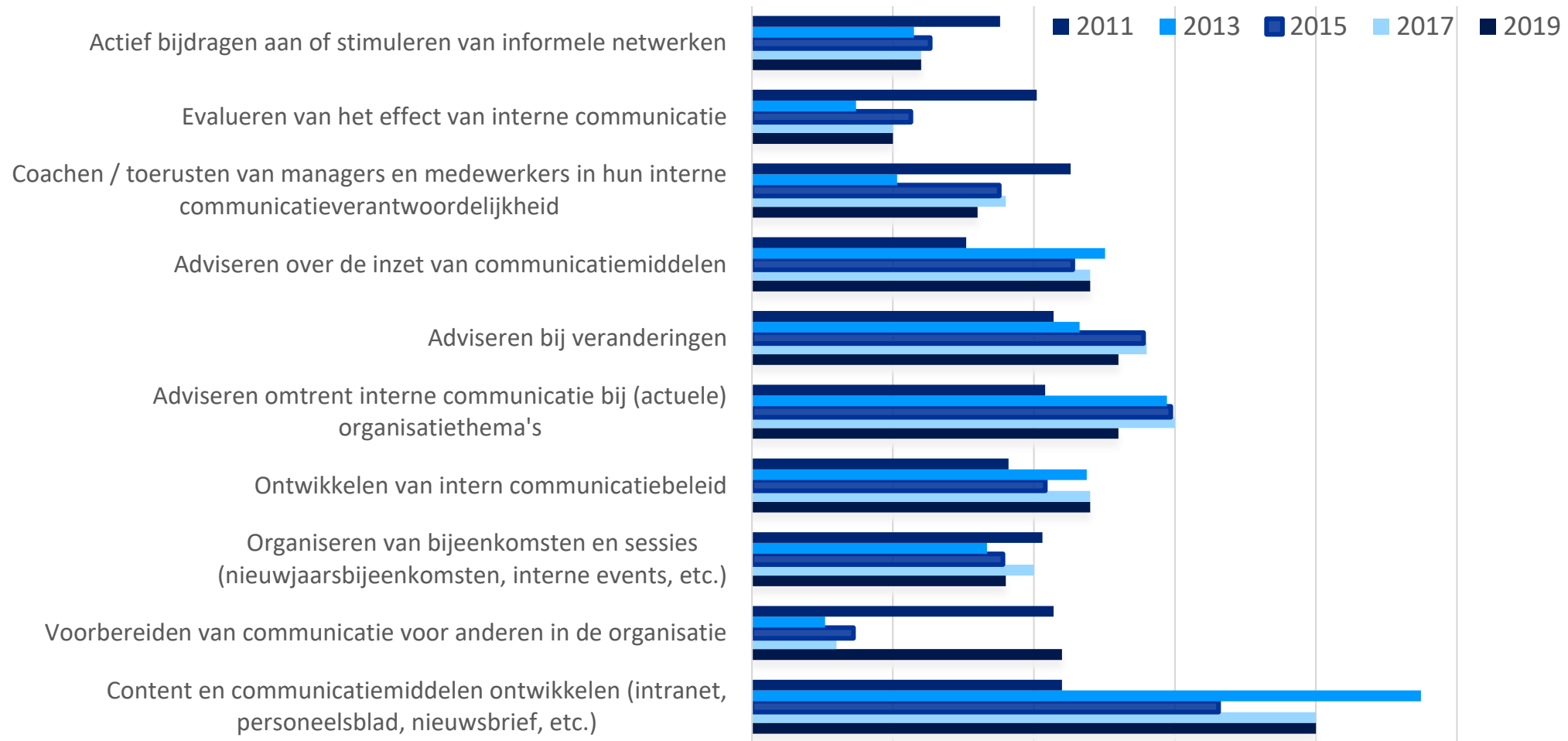
Hoe ziet de IC'er zijn ideale rol?

Bij deze vraag waren meerdere antwoorden mogelijk

Managementadvies rol:
De IC'ers die vooral samenwerken met managers als hun adviseur en/of coach (46%), willen idealiter de volgende rollen vervullen:



Waar besteedt de IC'er zijn tijd aan?



Welke doelen streeft de IC'er na?

Bij deze vraag waren meerdere antwoorden mogelijk



65% zorgt voor goede informatie die medewerkers nodig hebben om hun werk te kunnen doen.



88% bevordert de betrokkenheid van mensen in de organisatie.



78% zorgt dat medewerkers de strategie, missie, doelen of waarden van de organisatie kennen en dragen.



69% bevordert of ondersteunt de samenwerking tussen mensen in de organisatie.



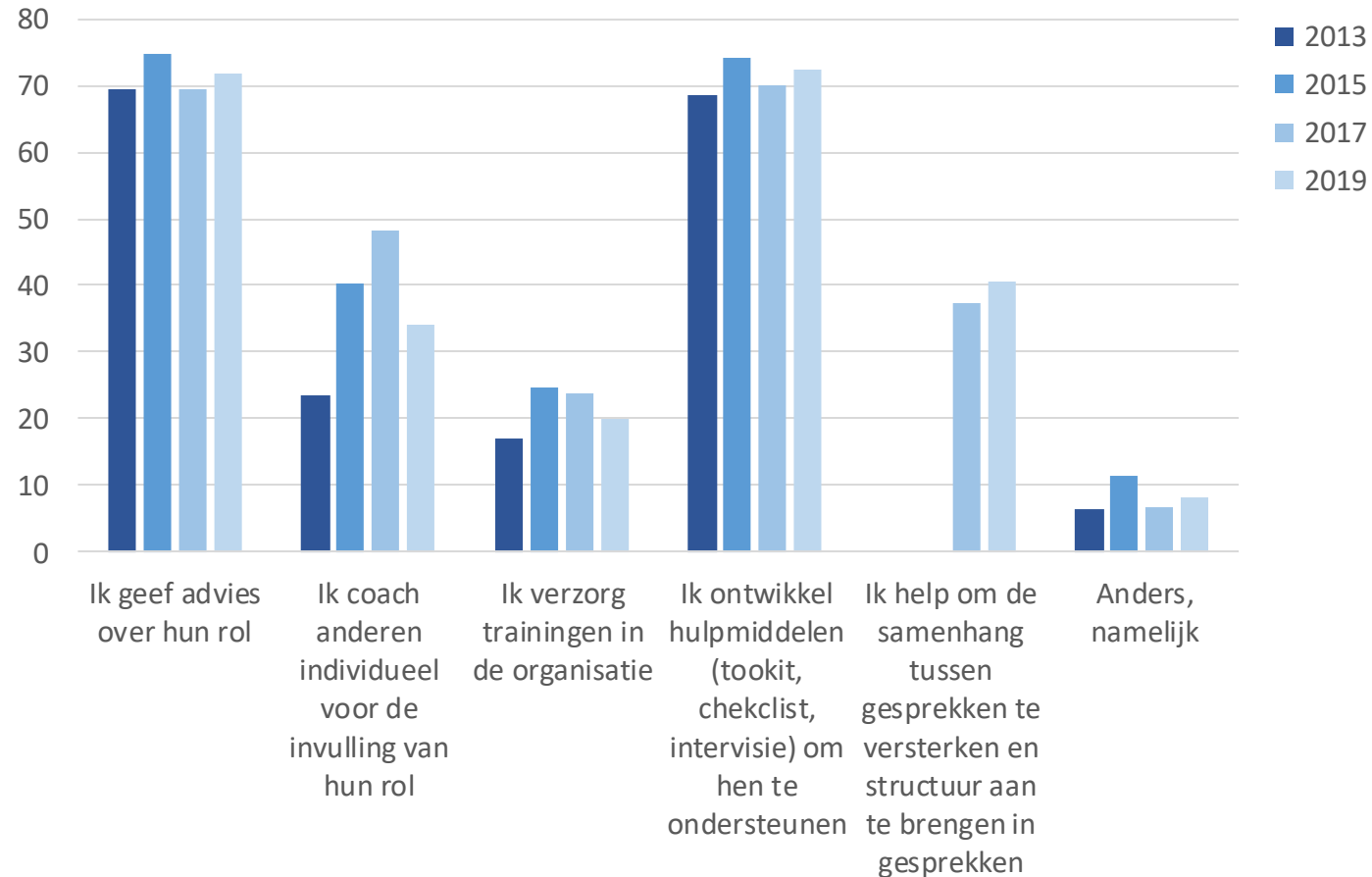
69% initieert en bevordert de dialoog tussen mensen in de organisatie.

7%

Draagt zorg voor de huisstijl, ondersteunt management, creëert trots en managet de interne reputatie

Hoe ondersteunt de IC'er medewerkers bij hun interne communicatierol?

Bij deze vraag waren meerdere antwoorden mogelijk





Interne Communicatie in organisaties

60% onderzoekt interne communicatie in hun organisatie

Dit is 10% minder dan in 2017. Onze respondenten doen vooral onderzoek naar de effectiviteit van communicatie binnen hun organisatie en tevredenheid van interne klanten.

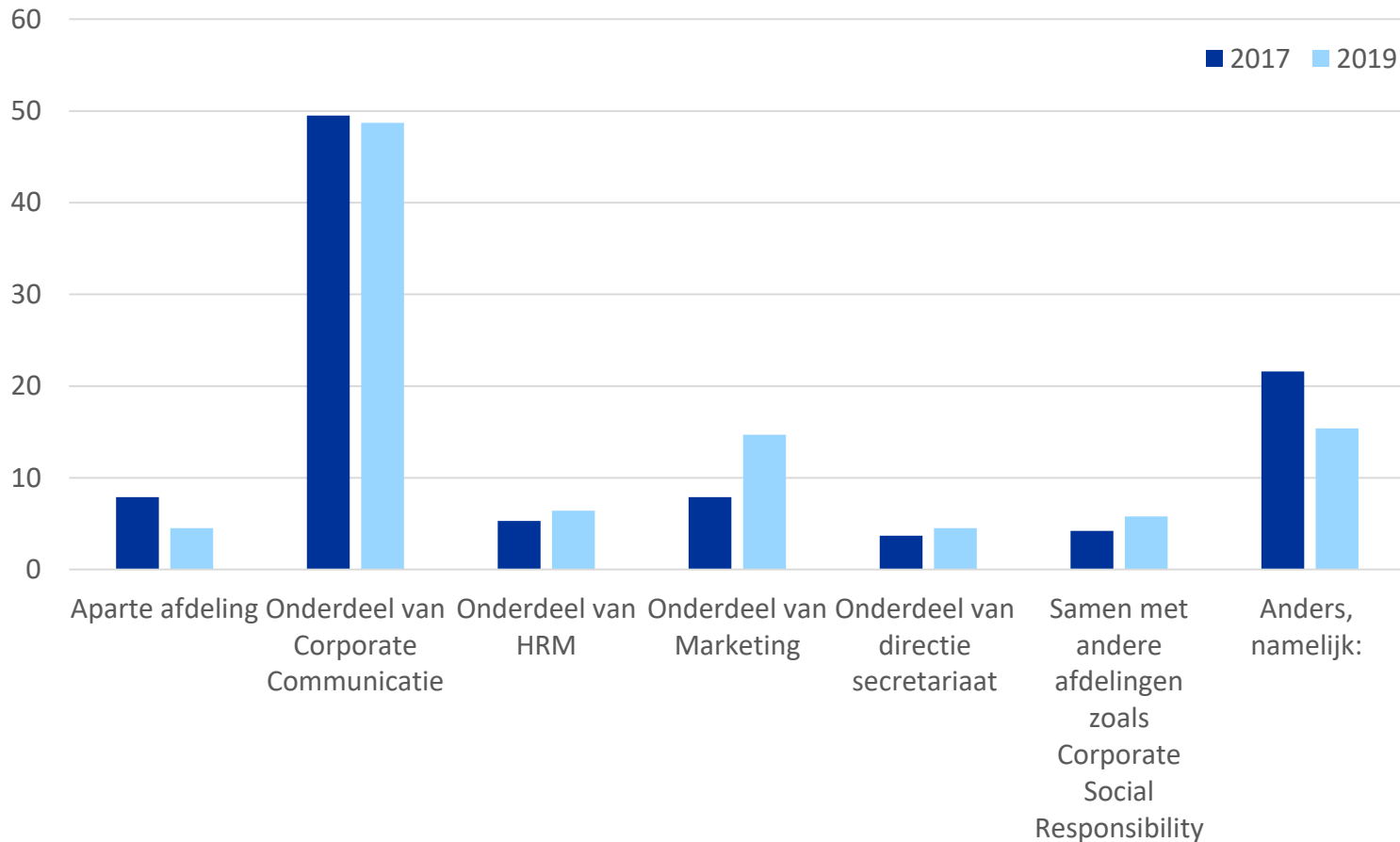
De interne klant beoordeelt IC volgens de IC'er met een 6

Het cijfer waarmee de interne klant IC beoordeelt is ten opzichte van 2017 gelijk gebleven. Ook in 2017 beoordeelde de interne klant IC met een 6.

6,2 is het cijfer waarmee de IC'er IC in de eigen organisatie beoordeelt

Dat is een lager cijfer dan in 2017, toen beoordeelde de communicatieprofessional IC in de eigen organisatie met een 6,3.

Onder welke afdeling valt de IC-functie?



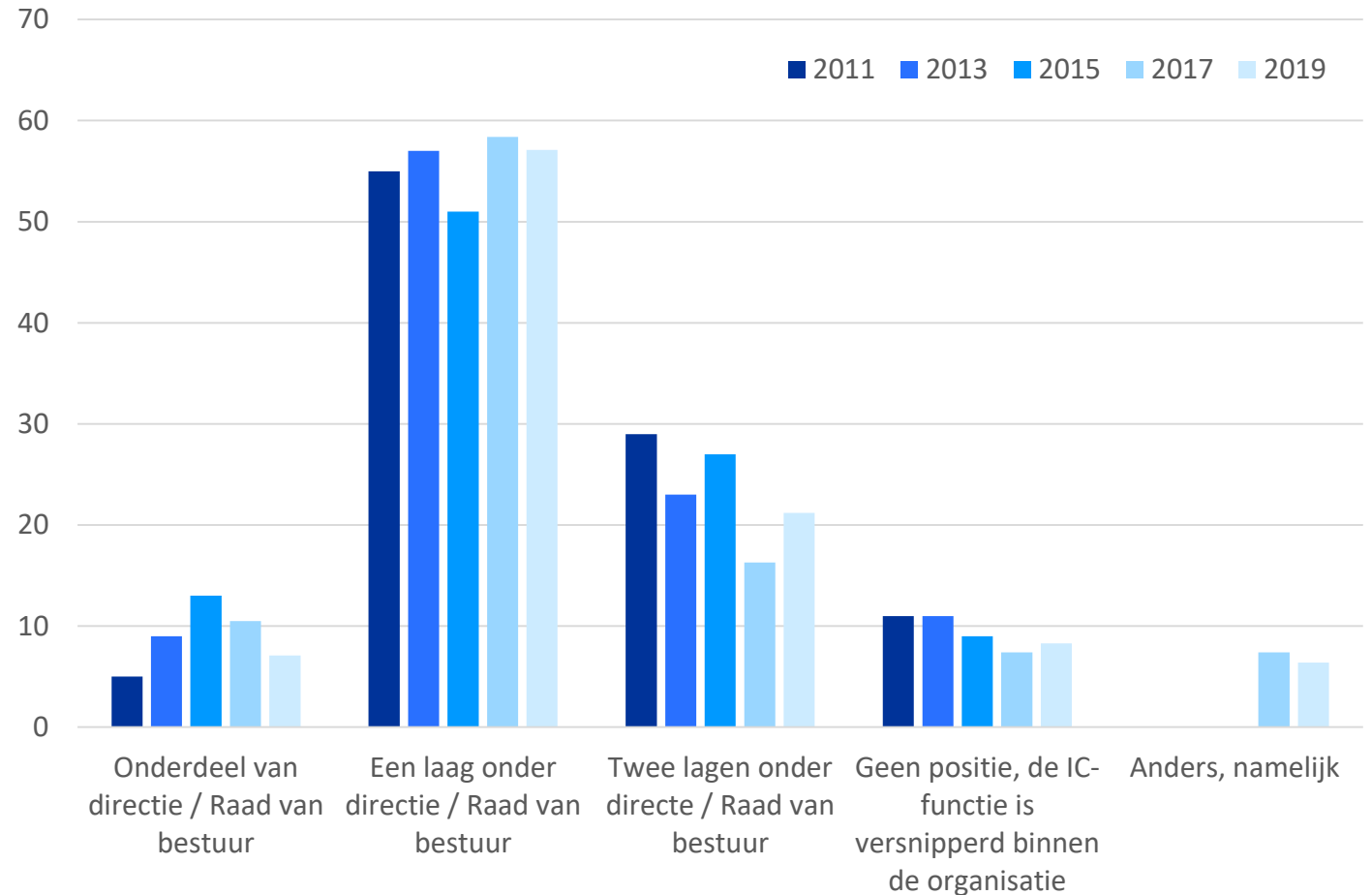
Ook in 2011, 2013 en in 2015 gaven respondenten aan dat de interne communicatie vaak onder de verantwoordelijkheid van de Corporate Communicatie-afdeling valt.

In 2017 gaf 4,5% van de IC'ers aan in een organisatie te werken met een eigen IC-afdeling, dit jaar is dit percentage gestegen naar 7,9%.

We zien IC ook terug onder de afdelingen 'Communicatie' en 'Marketing & Communicatie'.

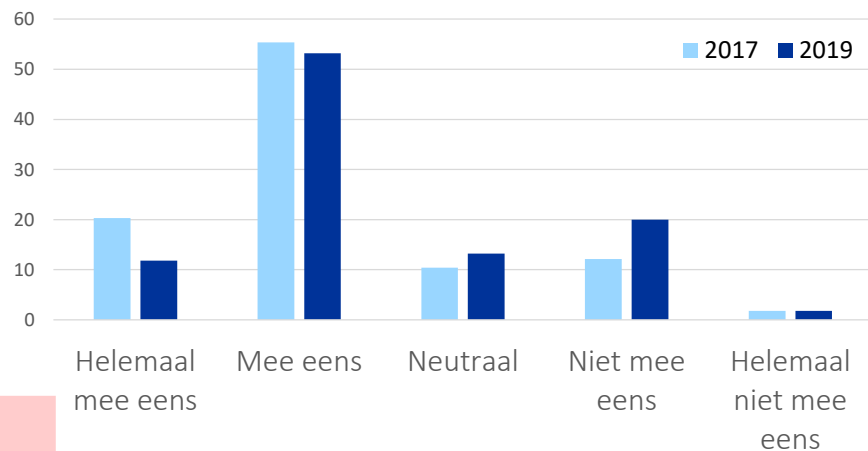
Welke positie heeft de IC-afdeling?

Het merendeel van de communicatie-afdelingen begeeft zich één laag onder de directie, al is dit percentage in vergelijking met 2017 iets gedaald. In 2017 viel op dat de positie van de IC-afdeling minder vaak 'twee lagen onder de directie' werd geplaats dan de jaren daarvoor. Deze positie is dit jaar weer iets sterker geworden. De IC-afdeling bevindt zich in 21% van de gevallen twee lagen onder de directie.



Waar ligt de focus van IC in organisaties?

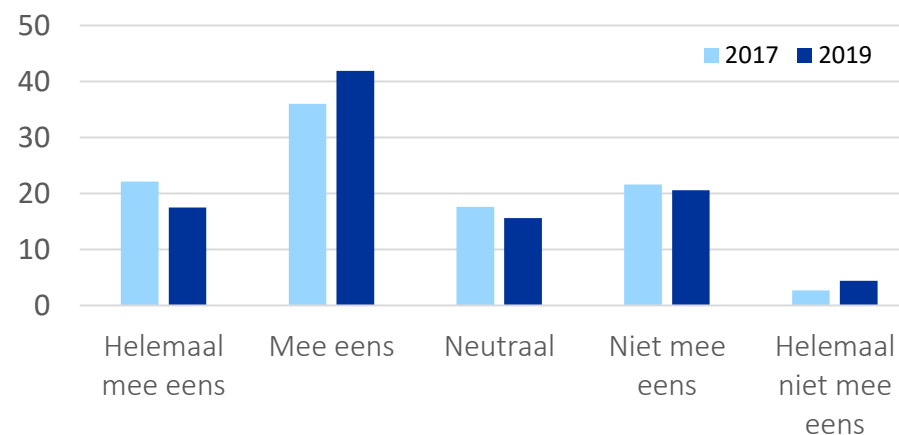
Mijn organisatie is zich bewust van de toegevoegde waarde van interne communicatie 2017



Rol	2017 (%)	2019 (%)
Traditioneel	50%	29%
Managementadvies	69%	20%
Projectcommunicatie	70%	15%

Ook in 2011, 2013, 2015 en 2017 is de organisatie zich bewust van de toegevoegde waarde van IC.

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

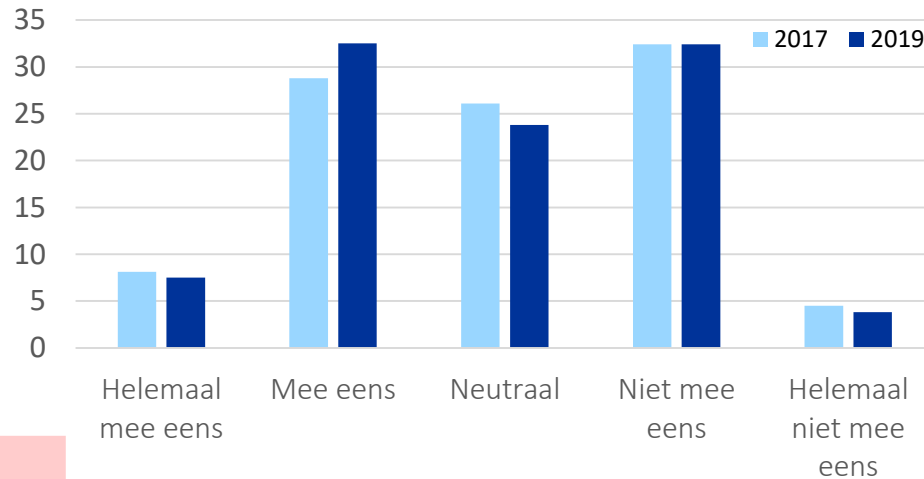


56%	26%
68%	16%
59%	24%

Dat ziet het merendeel van de communicatieprofessionals zo. In de loop der jaren is dit niet veel veranderd.

Waar ligt de focus van IC in organisaties?

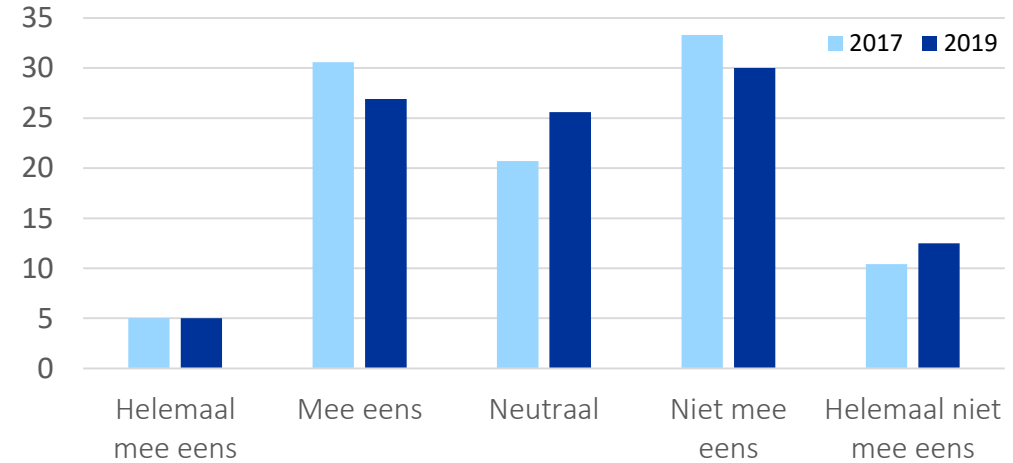
Als afdeling worden we standaard te laat betrokken bij belangrijke projecten of beslissingen



Rol	2017 (%)	2019 (%)
Traditioneel	43%	27%
Managementadvies	32%	39%
Projectcommunicatie	36%	38%

Door de jaren heen, zagen we een daling in het percentage dat het met deze stelling eens is, maar vanaf 2017 weer een stijging.

Er wordt voldoende budget vrijgemaakt voor interne communicatie

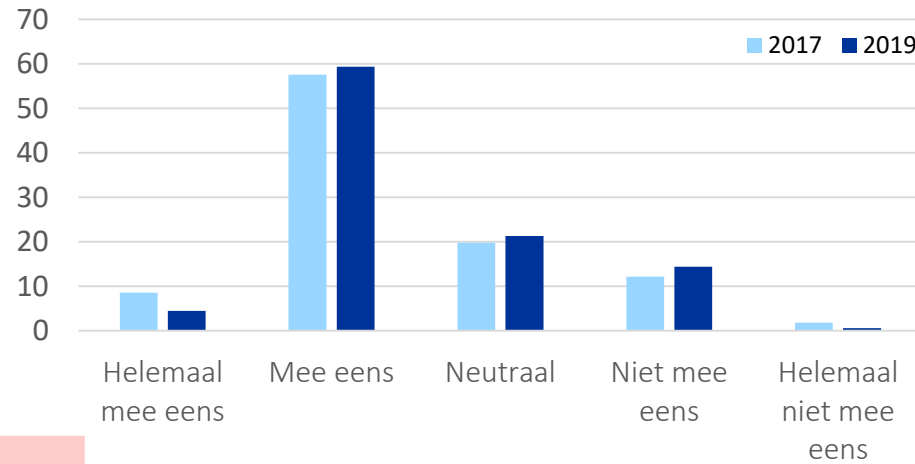


35%	37%
31%	42%
37%	39%

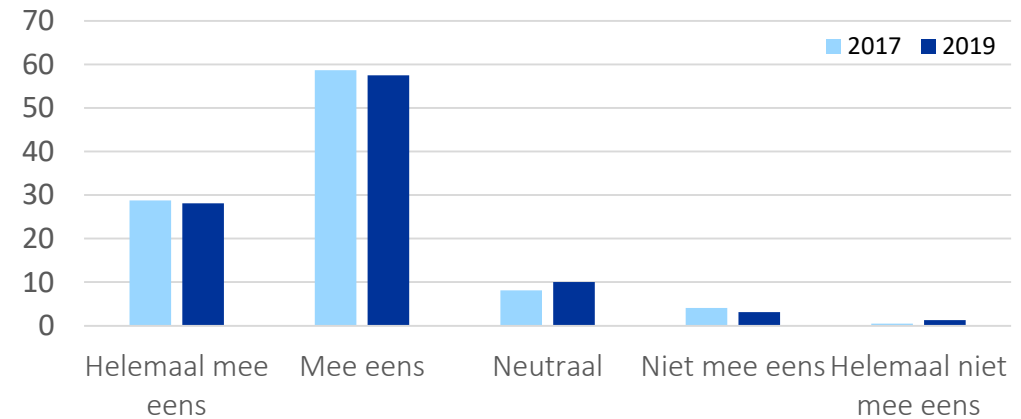
Vergeleken met voorgaande jaren is de IC professional iets minder tevreden over het budget. Opvallend is dat veel IC professionals hier 'neutraal' invoeren.

Waar ligt de focus van IC in organisaties?

Onze communicatieafdeling weet wat er leeft binnen de organisatie.



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



Rol	2017 (%)	2019 (%)
Traditioneel	68%	11%
Managementadvies	64%	16%
Projectcommunicatie	63%	12%

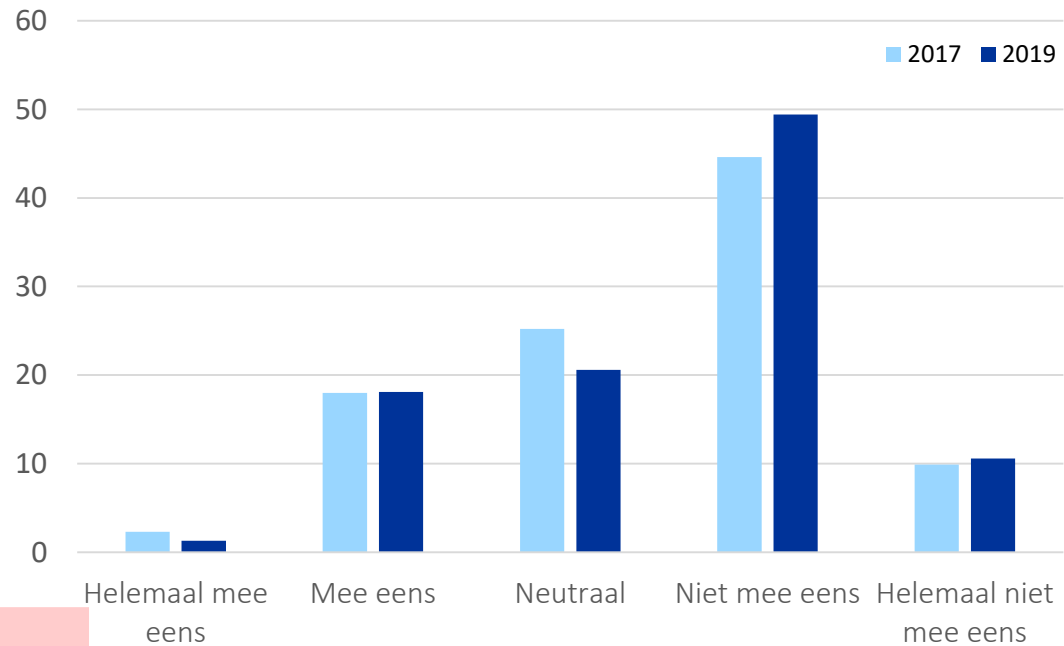
81%	5%
91%	5%
89%	3%

In 2013 was een groot percentage het met deze stelling eens. In 2015 zien we een grote groep die het hier 'redelijk mee eens is'. In 2017 en 2019 zien we weer een grote groep die het hier 'mee eens' is.

De IC'er geeft ongevraagd advies. En niet alleen dit jaar, ook alle voorgaande jaren gaf de IC'er ongevraagd advies.

Waar ligt de focus van IC in organisaties?

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, terwijl een grote groep 'redelijk mee eens is'. Dit ligt in lijn met voorgaande jaren.

Rol	Mee eens (%)	Niet mee eens (%)
Traditioneel	17%	61%
Managementadvies	20%	55%
Projectcommunicatie	22%	69%



Welke communicatiemiddelen en -momenten vindt de IC'er wel en niet effectief?

Effectief

2011

1. Traditioneel Intranet
2. Personeelsblad
3. Nieuwsbrief

2013

1. Traditioneel Intranet
2. Personeelsblad
3. Nieuwsbrief

2015

1. Film/video
2. Traditioneel Intranet
3. Sociaal Intranet of sociaal platform

2017

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

2019

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

Niet Effectief

2011

1. Blog
2. Sociaal Intranet of sociaal platform
3. Wiki

2013

1. Mededelingenbord
2. Sociaal Intranet of sociaal platform
3. Wiki

2015

1. Wiki
2. Mededelingenbord
3. Personeelsblad

2017

1. Traditioneel Intranet
2. Mededelingenbord
3. Personeelsblad

2019

1. Mededelingenbord
2. Traditioneel Intranet
3. Narrowcasting

Van deze thema's verwacht de IC'er dat ze komend jaar actueel worden:

1 Cultuurverandering

is komend jaar het meest actuele thema volgens de IC'er. In 2017 verwachtte de IC'er ook al dat dit thema een prominente plaats zou innemen.

2 Nieuwe strategie of koers

lijkt een opkomend thema te zijn voor komend jaar. In 2017 stond dit thema nog op plek 5.

3 Duurzaamheid

werd in 2017 nog als een minder actueel thema verwacht, terwijl dit onderwerp dit jaar tot de top 3 is gestegen.



Van de thema's compliance, fusie/integratie en diversiteit verwacht de IC'er niet dat ze binnen de eigen organisatie komend jaar een grote plek innemen. Opvallend is dat reorganisatie in 2015 nog in de top 3 stond, in 2017 als minder actueel werd gezien en dit jaar nog verder in de lijst is gedaald.

Einde

Heb je nog vragen en/of opmerkingen? Of ga je graag met ons in gesprek? Neem dan contact op via info@involve.eu