

Over hver tredje kommunikatør arbejder med etik



Analysens hovedpointer

- 36 % af kommunikatører arbejder med etik i form af f.eks. kommunikationsetik eller strategi for etik.
- Næsten to ud af tre kommunikatører, der arbejder med etik, arbejder også med virksomheds- eller kommunikationsstrategi, ledelsesrådgivning eller forretningsudvikling. Det samme gør sig gældende med PR, pressearbejde, public affairs eller politisk kommunikation.
- 41 % af kommunikatører på under 40 år har etik som arbejdsopgave. Det er en større andel end blandt kommunikatører på 55 og derover, hvor 29 % arbejder med etik
- 68 % af kommunikatører, der arbejder med etik, har i en eller anden grad behov for nye kompetencer for at løse opgaver inden for etik, socialt ansvar eller gennemsigtighed.

Om analysen

Analysen er udarbejdet i marts 2025 af Lobna Taiybi og Anne Aabel fra DM. Analysen anvender tal fra DM's K-fagsundersøgelse fra 2025.

Kontakt

Hvis du har spørgsmål til analysen, kan du kontakte DM's analyseafdeling på analyse@dm.dk. Hvis du har spørgsmål til brug af analysen i pressen, kan du kontakte DM's pressevagte på 29 11 60 80

1. Der er på to år sket en tydelig stigning i andelen af kommunikatører, der arbejder med etik

I DM's K-fagsundersøgelse bliver medlemmer inden for kommunikation, sprog og marketing, spurgt til, hvilke arbejdsopgaver de har. K-fagsundersøgelsen 2025 viser, at arbejde med etik er en af de arbejdsopgaver, der oplever størst vækst fra 2023 til 2025.

I 2025 er det 36 %, der arbejder med etik (kommunikationsetik, strategi for etik i virksomheden og lignende). Det er steget 17 procentpoint på to år og er næstefter kunstig intelligens, en af de arbejdsopgaver der oplever størst vækst blandt kommunikatører.

Figur 1 Arbejder i høj, nogen eller mindre grad med kommunikationsetik, strategi for etik i virksomheden m.m.



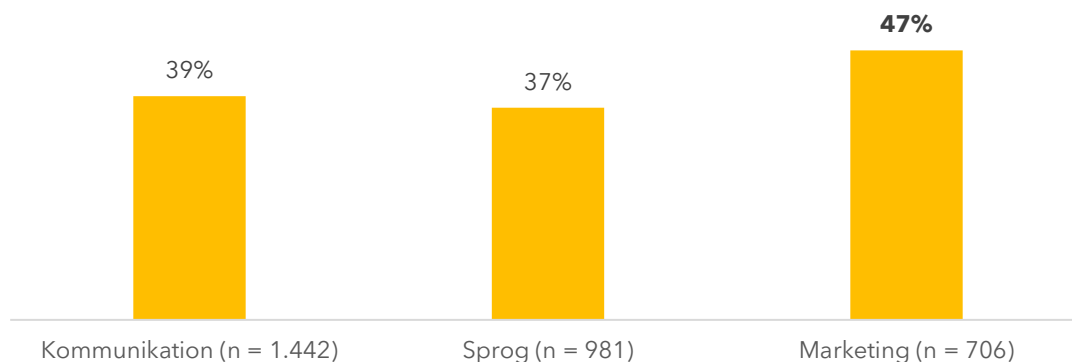
Kilde: DM's K-fagsundersøgelse 2025. (n = 1.596). 2023-tal fra Kommunikation og Sprogs Faglighedsundersøgelse fra 2023 (n= 1.166).

Hvis man udelukkende ser på de respondenter, der har jobtitlen "kommunikationskonsulent, - medarbejder eller - konsulent, er det over halvdelen, der beskæftiger sig med etik (53 %).

1.1. En større andel af dem, der arbejder med marketing, arbejder med etik

Når man sammenligner de tre fagområder, kommunikation, sprog og marketing, ser man, at den største andel af dem, der har etik som arbejdsopgave, findes blandt dem, der i høj eller nogen grad arbejder med marketing. Det er 47 % af dem, der i høj eller nogen grad arbejder med marketing, der i en eller anden grad har etik som arbejdsopgave.

Figur 2 Etik som arbejdsopgave fordelt på dem, der i høj eller nogen grad arbejder inden for de tre fagområder kommunikation, sprog eller marketing



Kilde: DM's K-fagsundersøgelse 2025. (n = 1.596). Arbejder med etik som arbejdsopgave = arbejder i høj, nogen eller mindre grad med: Kommunikationsetik, strategi for etik i virksomheden m.m."

Etik som arbejdsopgave ses dog også særligt blandt dem, der i høj eller nogen grad arbejder med virksomheds- og kommunikationsstrategi, samt ledelsesrådgivning og forretningsudvikling eller PR, pressearbejde, public affairs og politisk kommunikation. Det drejer sig om henholdsvis 63 % og 62 %.

Som det ses i figur 3, der viser andelen af dem, der arbejder med etik fordelt på 10 udvalgte arbejdsopgaver, er der til sammenligning en lavere andel, der arbejder med etik, blandt dem der i høj eller nogen grad arbejder med ekstern kommunikation (44 %) og skriftlig kommunikation (41 %).

Figur 3 Andelen af dem, der arbejder med etik, som arbejder i høj eller nogen grad med 10 udvalgte arbejdsopgaver



Kilde: DM's K-fagsundersøgelse 2025. (n = 1.596). Arbejder med etik som arbejdsopgave = arbejder i høj, nogen eller mindre grad med: Kommunikationsetik, strategi for etik i virksomheden m.m.". "Virksomheds- og

kommunikationsstrategi" = Virksomhedsstrategi/ Kommunikationsstrategi, samt ledelsesrådgivning, forretningsudvikling. PR, public affairs, politisk kommunikation" = PR, pressearbejde, public affairs, politisk kommunikation.

1.2. Indikation på forskel blandt kommunikatører, der arbejder med etik på baggrund af ansættelsesområde

Der er ingen signifikant forskel på, om kommunikatører der arbejder med etik, er ansat i det private. Der er dog en forskel at spore, når man dykker ned i forskellige typer af ansættelsesområder.

Figur 4 Andelen af kommunikatører, der arbejder med etik i det private og i det offentlige



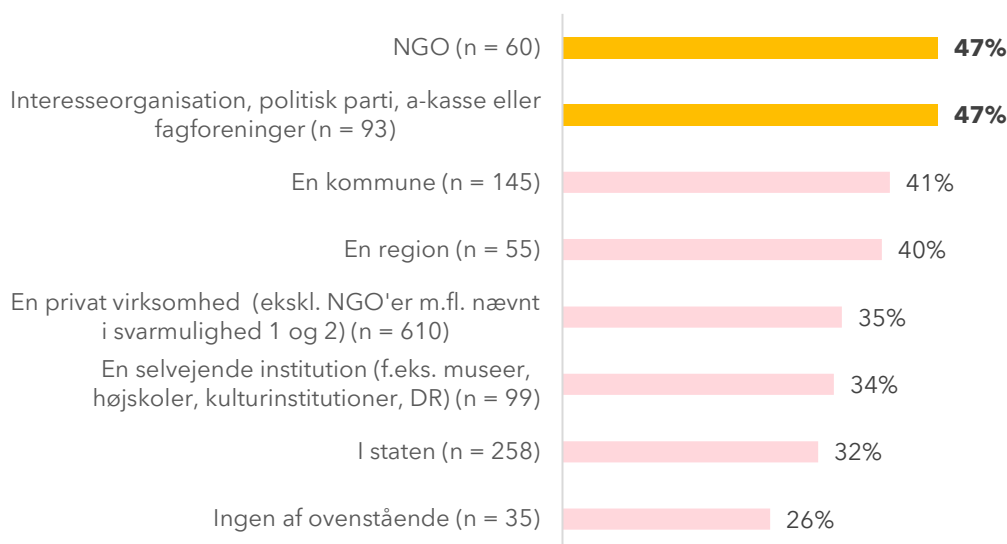
Kilde: DM's K-fagsundersøgelse 2025. (n = 1.355). Fastansatte og tidsbegrænsede ansatte. Arbejder med etik som arbejdsopgave = arbejder i høj, nogen eller mindre grad med: Kommunikationsetik, strategi for etik i virksomheden m.m."

Tallene i figur 5 indikerer, at der kan være en forskel på, hvor stor en andel der har etik som arbejdsopgave, når man ser på de forskellige områder inden for både det offentlige og det private.

Blandt kommunikatører ansat i NGO'er er der 47 %, der arbejder med etik. Det samme gælder for kommunikatører, der er ansat i interesseorganisationer, politiske partier, a-kasser eller fagforeninger. Til sammenligning er andelen mindre i andre typer private virksomheder (35 %).

Der ses også en forskel iblandt kommunikatører ansat i det offentlige. Det er blandt de kommunalt ansatte, at den største andel af dem, der arbejder med etik findes. Det drejer sig om 41 %, hvilket er en lidt større andel end blandt kommunikatører ansat i staten (32 %). Tallene er dog behæftet med usikkerhed grundet et mindre antal af personer i flere af de grupper, der sammenlignes, og der er ikke signifikant forskel blandt de fremhævede tal foroven.

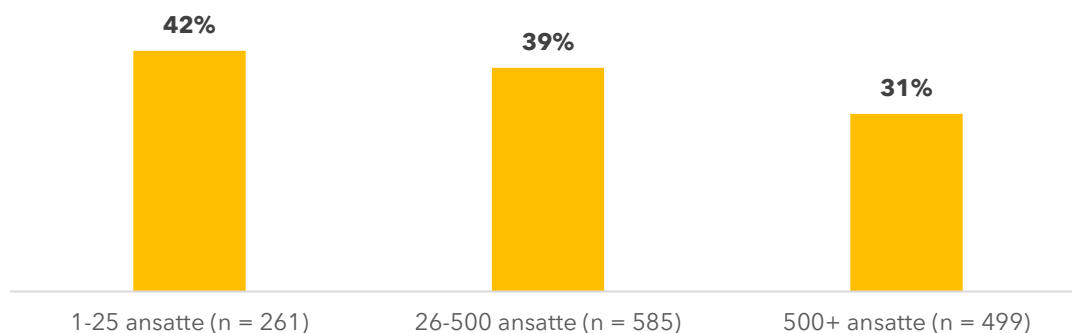
Figur 5 Andelen af kommunikatører, der arbejder med etik efter ansættelsesområde



Kilde: DM's K-fagsundersøgelse 2025. (n = 1.355). Fastansatte og tidsbegrænsede ansatte. Arbejder med etik som arbejdsopgave = arbejder i høj, nogen eller mindre grad med: Kommunikationsetik, strategi for etik i virksomheden m.m.". NGO-kategoriens fulde beskrivelse: NGO, en forening eller en fond med sygdomsbekæmpende, sociale og velgørende formål.

Der ses til gengæld en signifikant forskel på andelen af kommunikatører, der arbejder på en arbejdsplads, hvor der er enten 1-25 ansatte (42 %) eller 26-500 ansatte (39 %) sammenlignet med de helt store arbejdspladser med 500+ ansatte (31 %). Tallene peger på, at der som kommunikatør er større sandsynlighed for at arbejde med etik, når du er ansat på en arbejdsplads med færre end 500 ansatte.

Figur 6 Andelen af kommunikatører, der arbejder med etik efter arbejdspladsstørrelse

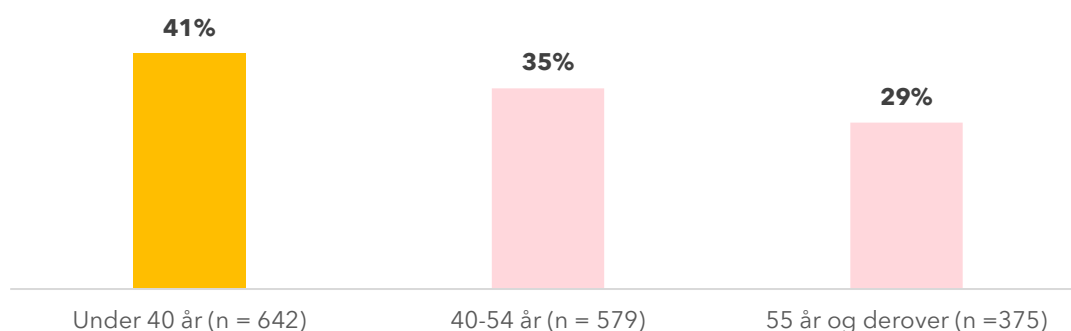


Kilde: DM's K-fagsundersøgelse 2025. (n = 1.355). Fastansatte og tidsbegrænsede ansatte. Arbejder med etik som arbejdsopgave = arbejder i høj, nogen eller mindre grad med: Kommunikationsetik, strategi for etik i virksomheden m.m..

1.3 En større andel af yngre kommunikatører arbejder med etik

41 % af kommunikatører på under 40 år har kommunikationsetik eller strategi for etik i virksomheden og lignende som arbejdsopgave. Det er en større andel end blandt kommunikatører på 55 og derover, hvor 29 % arbejder med etik. Det samme tal for aldersgruppen 40-54 år er 35 %.

Figur 7 Andelen af kommunikatører, der arbejder med etik som arbejdsopgave fordelt på alder

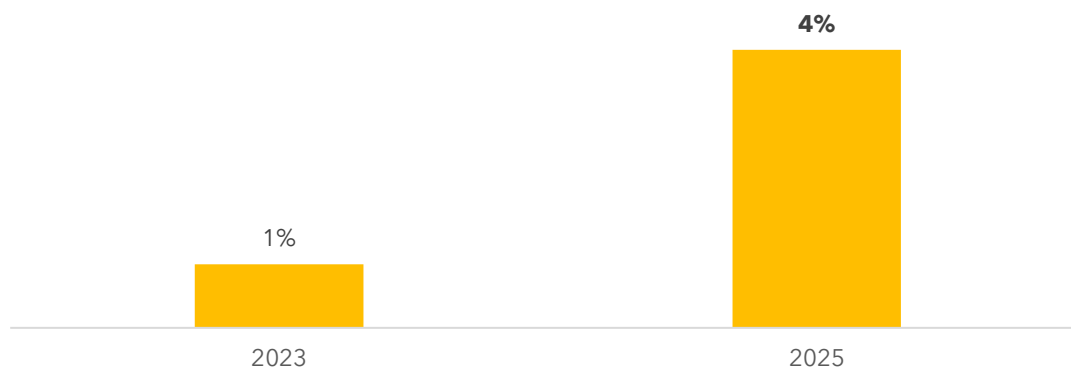


Kilde: DM's K-fagsundersøgelse 2025. (n = 1.596). Arbejder med etik som arbejdsopgave = arbejder i høj, nogen eller mindre grad med: Kommunikationsetik, strategi for etik i virksomheden m.m."

2. Kommunikatører har i højere grad fået efteruddannelse i etik de seneste to år

4 % af alle kommunikatører har inden for de seneste tre år modtaget efteruddannelse i etik. Sådan ser det ud, når man zoomer ind på de længerevarende efteruddannelsestyper, defineret som enten en master eller længere uddannelse, kursusforløb eller certificeringer, kortere kurser (1-2 dage), konferencer eller uddannelsesdage. Til sammenligning gjorde det sig kun gældende for 1 % i 2023.

Figur 8 Efteruddannelse* inden for de sidste tre år i etik (kommunikationsetik, strategi for etik i virksomheden m.m.)



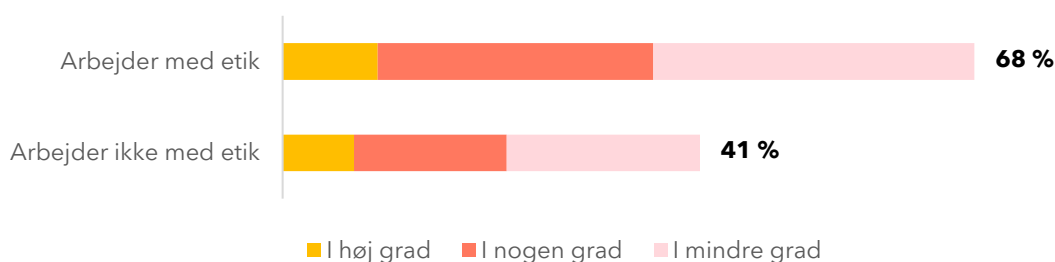
Kilde: DM's K-fagsundersøgelse 2025. (n = 1.596). Efteruddannelse defineret som en master eller længere uddannelse, kursusforløb eller certificeringer, kortere kurser (1-2 dage), konferencer eller uddannelsesdage.

Etik er langt fra det fagområde, hvor flest kommunikatører har fået efteruddannelse de seneste tre år, og det er bemærkelsesværdigt, når etik som arbejdsområde til gengæld er en af de arbejdsopgaver, som har set den største vækst blandt kommunikatører.

2.1 En stor andel af kommunikatører ønsker nye kompetencer inden for etik, socialt ansvar eller gennemsigtighed

Når man definerer etik bredere og undersøger, hvordan efteruddannelsesbehovet er inden for "etik, socialt ansvar eller gennemsigtighed", ser vi et stort ønske om nye kompetencer inden for emnerne. Behovet for nye kompetencer er særlig højt hos kommunikatører, der arbejder med etik. 68 % har i en eller anden grad behov for nye kompetencer inden for emnerne.

Figur 9 "I hvilken grad har du behov for nye kompetencer til at løse opgaver inden for følgende emner: Etik, socialt ansvar eller gennemsigtighed



Kilde: DM's K-fagsundersøgelse 2025. Fastansatte, tidsbegrænsede ansatte, freelancere og selvstændige, der arbejder med etik som arbejdsopgave = arbejder i høj, nogen eller mindre grad med: Kommunikationsetik, strategi for etik

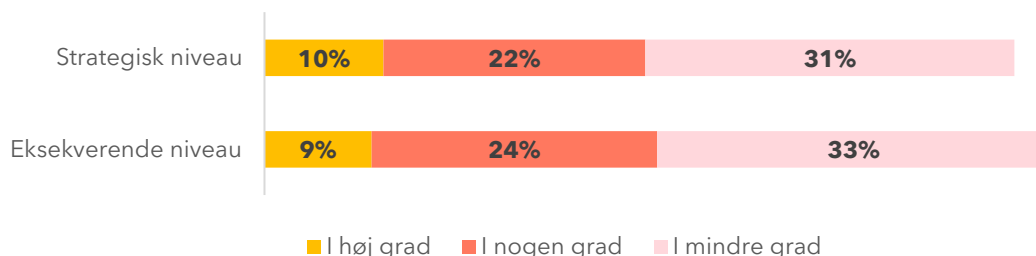
i virksomheden m.m." (n = 514). Arbejder ikke med etik (n = 895). Efteruddannelse defineret som en master eller længere uddannelse, kursusforløb eller certificeringer, kortere kurser (1-2 dage), konferencer eller uddannelsesdage). Arbejder med etik som arbejdsopgave = arbejder i høj, nogen eller mindre grad med: Kommunikationsetik, strategi for etik i virksomheden m.m."

Der ses også et relativt stort behov for nye kompetencer inden for etik, socialt ansvar eller gennemsigtig hos kommunikatører, der ikke har etik som arbejdsopgave. Det drejer sig om 41 %, der i høj, nogen eller mindre grad har behov for nye kompetencer inden for emnet.

2.2 Lige så høj andel af strategisk arbejde med etik som eksekverende blandt kommunikatører

Når man undersøger, hvordan kommunikatørerne, der arbejder med etik, arbejder med etik som et bredere felt (etik, socialt ansvar eller gennemsigtighed), ser vi, at 63 % i en eller anden grad arbejder med emnerne på et strategisk niveau, og 66 % arbejder med emnerne på et eksekverende niveau*.

Figur 10 Hvordan kommunikatører, der arbejder med etik, arbejder strategisk eller eksekverende med "etik, socialt ansvar eller gennemsigtighed" "



Kilde: DM's K-fagsundersøgelse 2025). Fastansatte, tidsbegrænsede ansatte, freelancere og selvstændige, der arbejder med etik som arbejdsopgave = arbejder i høj, nogen eller mindre grad med: Kommunikationsetik, strategi for etik i virksomheden m.m." (n = 514). Spørgsmål: I hvilken grad har du arbejdsopgaver, hvor du på et strategisk / eksekverende niveau arbejder med følgende emner: Etik, socialt ansvar eller gennemsigtighed". *Der er ikke signifikant forskel på forskellen mellem at arbejde strategisk eller eksekverende.

Det er bemærkelsesværdigt, at der stort set ikke er forskel på andelen, der arbejder på et strategisk og et eksekverende niveau med emnerne. Det indikerer, at kommunikatørers arbejde med etik spænder bredt og også kan inkludere en rådgivende funktion i virksomheden eller organisationen. Dette ses også i kraft af den høje andel af kommunikatører, der arbejder med etik, som også arbejder med virksomheds- eller kommunikationsstrategi, ledelsesrådgivning eller forretningsudvikling.

Sådan har vi gjort

Analysen bygger på tal fra DM's K-fagsundersøgelse, der bliver sendt ud hvert andet år til medlemmer af DM Kommunikation.

Spørgeskemaundersøgelsen blev sendt ud til 7.867 ordinære medlemmer. Heraf har 1.596 gennemført undersøgelsen, hvilket giver en responsrate på 20,3 %. Medlemmerne har kunnet besvare undersøgelsen i perioden fra den 8. januar 2025 til den 30. januar 2025.

Svarkategorier med fem eller færre besvarelser er fjernet af hensyn til at sikre en tilstrækkelig grad af anonymitet blandt respondenterne.

Svarkategorien "Ved ikke" er udeladt udvalgte steder. Procentsatser summerer ikke nødvendigvis til 100 pct. grundet afrunding.

Spørgsmålet om hvilke arbejdsopgaver man arbejder med, inkluderer alle respondenter. Ledige bliver spurgt om, hvilke af nedenstående opgaver de arbejdede med i deres sidste job.

Undersøgelsen har frem til 2023 været udført blandt det daværende Forbundet Kommunikation og Sprog medlemmer. I 2024 fusionerede Kommunikation og Sprog med DM, og det er således først i 2025, at DM's medlemmer, der arbejder med kommunikation, sprog og marketing, blev en del af undersøgelsen. Det er derfor relevant at påpege, at der er sket ændringer i undersøgelsens målgruppe i 2025 på grund af fusionen.