

FREMTIDSRAPPORTEN OKTOGON DEL 3

# **PUBLIC RELATIONS I DAG, MEN HVOR ER VI PÅ VEJ HEN?**

---

**STATEMENTS FRA INTERVIEW MED 33 UDVALGTE  
JOURNALISTER**

# INTRODUKTION

Foran dig ligger 33 sæt statements fra interview med udvalgte svenske, norske og danske journalister.

Tematisk er interviewene gennemført med stort set de samme emner, som dem der blev drøftet med de 8 eksperter indenfor PR.

Det er imidlertid kortere samtaler i en interviewform, hvor der er noteret statements fremfor lavet referater fra en dialog.

Det betyder, at det er forholdsvist hurtigt at få et overblik over journalisternes opfattelse af fortid, nutid og fremtid.

Du får et unikt indblik i, hvor journalisterne står og hvor de ser fremtiden for dem selv og Public Relations.

Der er lidt forskel på længden af statements fra Danmark, Norge og Sverige, som vi tilskriver en forskellig kultur blandt journalister i de tre lande.

Vi vil også her foreslå, at man også læser referaterne som en "guldgraver" – en der leder efter store og små stykker "guld".

Efter vores vurdering gemmer der sig "guld" i form af forslag, tanker og ideer i de mange statements.

Hvad der er "guld", er helt sikkert individuelt efter, hvad man arbejder med - og hvad der trigger ens fantasi og giver inspiration til nye tiltag.

Hav nogle gode timer med "guldgraveriet".



Bedste hilsner  
John Aalund & Isabella Kjeldsen

## Indhold

<b>Hvordan forstår du public relations og hvilke trends har der været de seneste år? .....</b>	<b>4</b>
Danske journalister: .....	4
Svenske journalister: .....	7
Norske journalister: .....	9
<b>Hvem er efter din mening gode til public relations og hvorfor? .....</b>	<b>11</b>
Danske journalister: .....	11
Svenske journalister: .....	14
Norske journalister: .....	16
<b>Hvordan er de public relations aktiviteter du er stødt på fordelt på trykte / elektroniske medier og andre kanaler? .....</b>	<b>17</b>
Danske journalister: .....	17
Svenske journalister: .....	18
Norske journalister: .....	20
<b>Hvordan ser du Public Relations udvikle sig de næste 2-3 år? (Virkemidler og kanaler).....</b>	<b>21</b>
Danske journalister: .....	21
Svenske journalister: .....	23
Norske journalister: .....	26
<b>Hvilke kompetencer vil en succesrig virksomhed eller offentlig organisation skulle beherske indenfor Public Relations om 2 år i 2025-2026?.....</b>	<b>27</b>
Danske journalister: .....	27
Svenske journalister: .....	29
Norske journalister: .....	32

# MANGE TAK FORDI DU LÆSTE MED!

---

## WEBSITE

[www.aalund.com](http://www.aalund.com)

---

## ADRESSE DK

Robert Jacobsens Vej 76A  
2300 København S.

---

## TELEFON DK

T. : (+45) 21 65 90 66

---

## E-MAIL DK

E. : [john@aalund.com](mailto:john@aalund.com)

---

## KONTAKT NO OG SE

---

## ADRESSE NO

Prinsens Gate 2  
0152 Oslo

---

## TELEFON NO

T. : (+47) 90 54 94 12

---

## E-MAIL NO

E. : [gg@aalund.com](mailto:gg@aalund.com)

---

