

Styrelsen for Forskning og Uddannelses kommunikationsindsats om Horizon 2020

September 2020



Udgivet af Styrelsen for Forskning og Uddannelse
Haraldsgade 53
2100 København ØØ
Tel.: 3544 6200
sfu@ufm.dk
www.ufm.dk

Publikationen kan hentes på ufm.dk/publikationer

ISBN (elektronisk publikation): 978-87-93706-85-9



Styrelsen for Forskning og Uddannelses kommunikationsindsats om Horizon 2020

September 2020

Hvordan ser Styrelsen for Forskning og Uddannelses brugere på styrelsens kommunikationsindsats om EU's forsknings- og innovationsprogram, Horizon 2020? Er indholdet relevant og brugbart? Og hvad bør vi lægge vægt på fremover i kommunikationen om det nye forsknings- og innovationsprogram, Horizon Europe?

Det er fokusområderne i en ny spørgeskemaundersøgelse blandt vores brugere, som vi her præsenterer resultatet af.

Indhold

1. Resultater	5
1.1 Om undersøgelsen	5
1.2 Sammenfatning: Høj tilfredshed med kommunikation om Horizon 2020 og rum for forbedring	5
1.3 Hvem er brugerne, hvor arbejder de, og hvad er deres rolle i Horizon-programmet?	6
1.4 Brugernes brug af sociale medier som del af deres arbejde	11
1.5 Hvem bruger hvilke kommunikationskanaler?	12
1.6 Magasinet <i>EUindblik</i>	14
1.7 Pjecen <i>Den lille uundværlige</i>	15
1.8 Faktabladet <i>Sådan får du styr på</i>	16
1.9 E-mails fra EuroCenter	18
1.10 Twitter	19
1.11 LinkedIn	20
1.12 Nyhedsbrevet <i>Nyt fra ufm.dk</i>	21
1.13 Hjemmesiden	21
2. Input til kommunikation om Horizon Europe	23
3. Konklusion	27

1. Resultater

1.1 Om undersøgelsen

I årene 2013-2020 har Styrelsen for Forskning og Uddannelse (SFU) under Uddannelses- og Forskningsministeriet kommunikeret med interessenter i Danmark om EU's forsknings- og innovationsprogram Horizon 2020. Med udsigt til et nyt forsknings- og innovationsprogram, Horizon Europe, der løber i årene 2021-2027, vil vi gerne udvikle den kommende kommunikationsindsats sammen med vores brugere. Derfor måler vi nu via et spørgeskema tilfredsheden med den nuværende kommunikationsindsats om Horizon 2020 og indsamler brugernes input til den kommende kommunikationsindsats om Horizon Europe.

Undersøgelsen omfatter kommunikationsindsatsen varetaget af kontoret for 'EU-samarbejde om Forskning og Uddannelse' i SFU.

Spørgeskemaet var åbent for svar fra den 16. april 2020 til den 12. maj 2020. Det er udsendt via mails til brugerne af SFU's EU-rådgivning (gennem Kontoret for EU-samarbejde om Forskning og Uddannelse/EuroCenter), medlemmerne af SFU's netværk EU-ERFA og EU-DK Support, ministeriets elektroniske nyhedsbrev *Nyt fra ufm.dk*, abonnenter på den digitale udgave af magasinet *EUindblik* samt opslag på LinkedIn og Twitter. I alt har 253 personer bevaret spørgeskemaet.

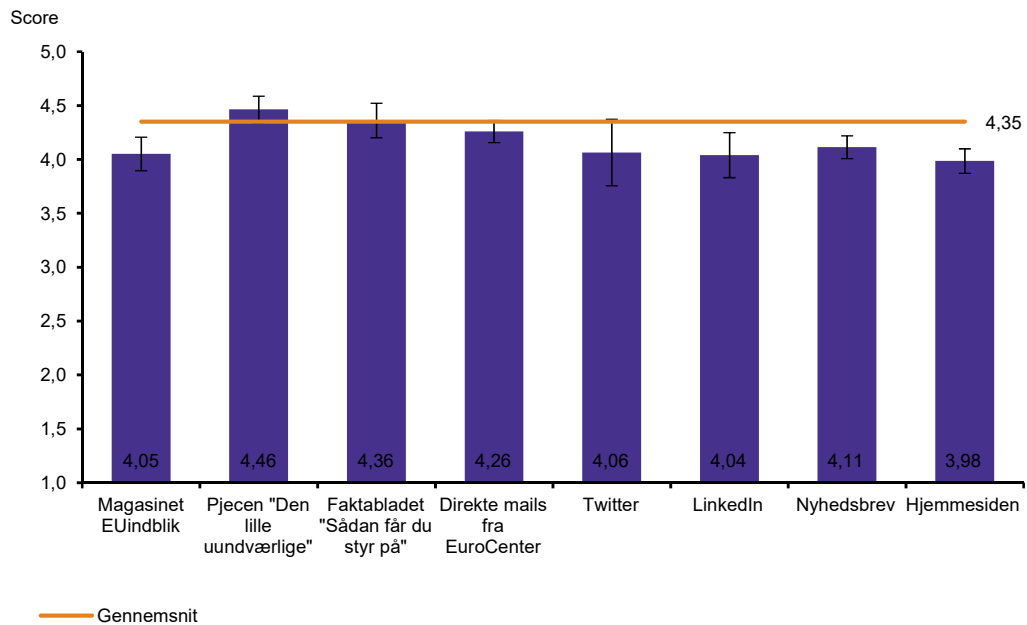
1.2 Sammenfatning: Høj tilfredshed med kommunikation om Horizon 2020 og rum for forbedring

Overordnet set viser brugerundersøgelsen, at brugerne af SFU's kommunikationskanaler om Horizon 2020 er tilfredse med kommunikationsindsatsen. Målt på en fem-point skala¹ ligger respondenternes gennemsnitlige tilfredshed på 4,35. Der er dog forskel på tilfredsheden, når vi sammenligner de forskellige kanaler om Horizon 2020. Brugerne er mest tilfredse med pjeceserien *Den lille uundværlige* og mindst tilfredse med hjemmesiden www.ufm.dk/h2020 (figur 1).

¹ I Likert-skalaen er et den laveste score og fem den højeste score

Figur 1

Tilfredshed med styrelsens kommunikationskanaler om Horizon 2020



Anm.: Antallet af besvarelser varierer i forhold til kanal. For gennemsnittet er antallet 209, og det er baseret på gennemsnittet af de otte kanaler. Der er taget højde for, at antallet af svar på de forskellige spørgsmål varierer.

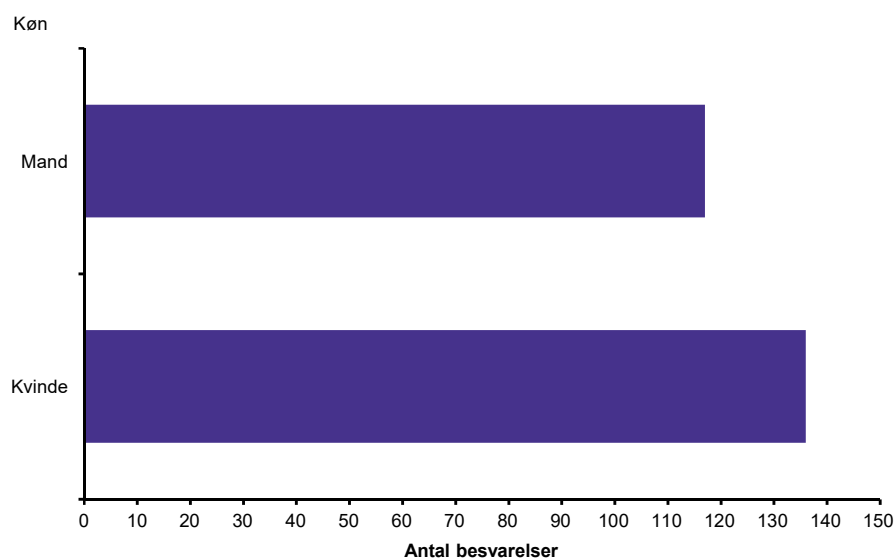
Kilde: SFU's spørgeskema om kommunikationsindsatsen om EU's forsknings- og innovationsprogram

1.3 Hvem er brugerne, hvor arbejder de, og hvad er deres rolle i Horizon-programmet?

Når vi ser nærmere på, hvem brugerne i undersøgelsen er, er der en lille overrepræsentation af kvinder. Der er dog ikke tale om en signifikant forskel. Vi formoder derfor, at forskellen er tilfældigt og ikke et udtryk for en kønsforskel blandt brugerne i undersøgelsen og dermed blandt brugerne af styrelsens kommunikationskanaler om Horizon 2020.

Figur 2

Kønsfordeling blandt brugerne i undersøgelsen



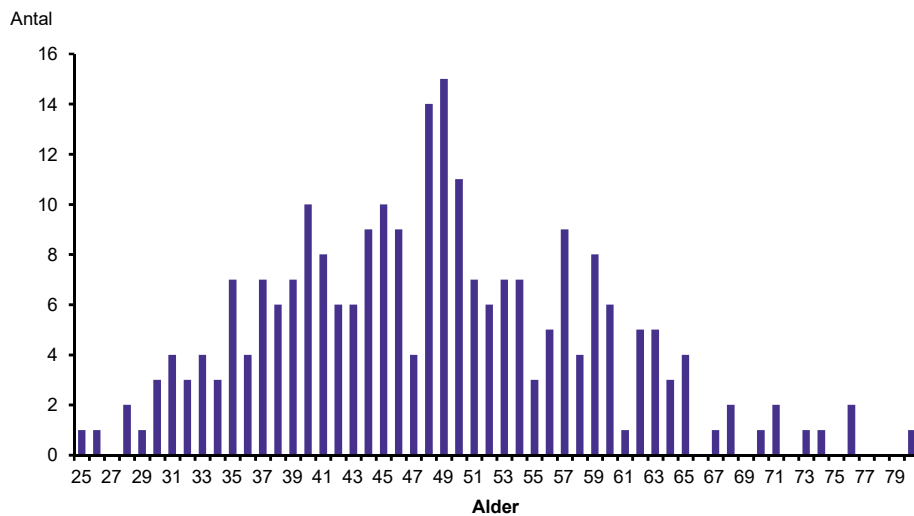
Anm.: Antallet af besvarelser er 253. Respondenterne havde mulighed for at svare kategorien "andet". Ingen respondenter har benyttet denne kategori.

Kilde: SFU's spørgeskema om kommunikationsindsatsen om EU's forsknings- og innovationsprogram

Respondenterne har en gennemsnitlig alder på 48 år. De fleste respondenter er 49 år.

Figur 3

Aldersfordeling blandt brugerne i undersøgelsen



Anm.: Antallet af besvarelser er 246. Herudover er et svar ugyldigt, fem har ikke svaret på spørgsmålet, mens en person stiller spørgsmålstegn ved relevansen af spørgsmålet.

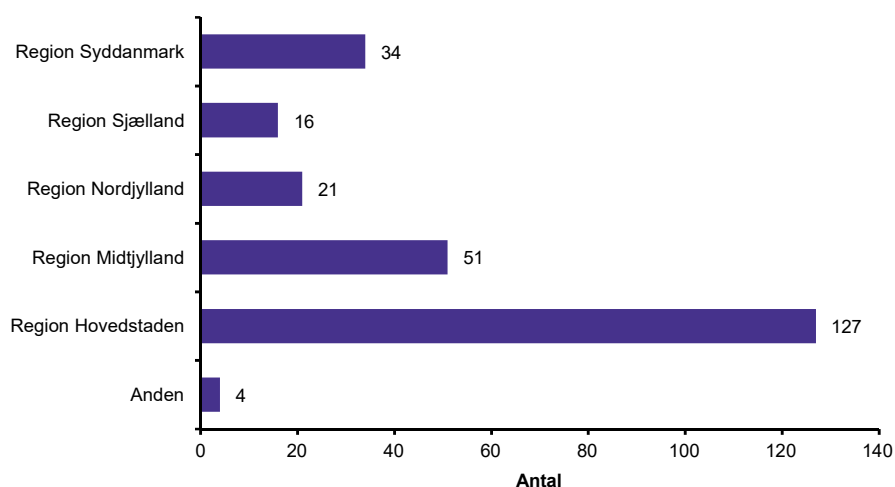
Kilde: SFU's spørgeskema om kommunikationsindsatsen om EU's forsknings- og innovationsprogram

Ser vi på, hvordan brugerne fordeler sig i Danmark, arbejder langt størstedelen af brugerne i undersøgelsen i Region Hovedstaden (figur 4). Eftersom en del universiteter og offentlige institutioner er placeret i Region Hovedstaden, og regionen står for det største hjemtag af midler fra Horizon 2020², er denne geografiske spredning forventelig. Fire respondenter har angivet, at de bor i en "anden region". Vi formoder, at der er tale om de regionale EU-kontorer i Bruxelles.

² Hovedstadsregionen står for 65 pct. af hjemtaget af midler i Horizon 2020 (<https://ufm.dk/forskning-og-innovation/statistik-og-analyser/tilskud-til-forskning-og-innovation/eu-s-rammeprogram-for-forskning/deltagelse-i-h2020/danmarks-deltagelse-fordelt-regionalt-marts-2020>).

Figur 4

Regional fordeling af brugernes arbejdsplads



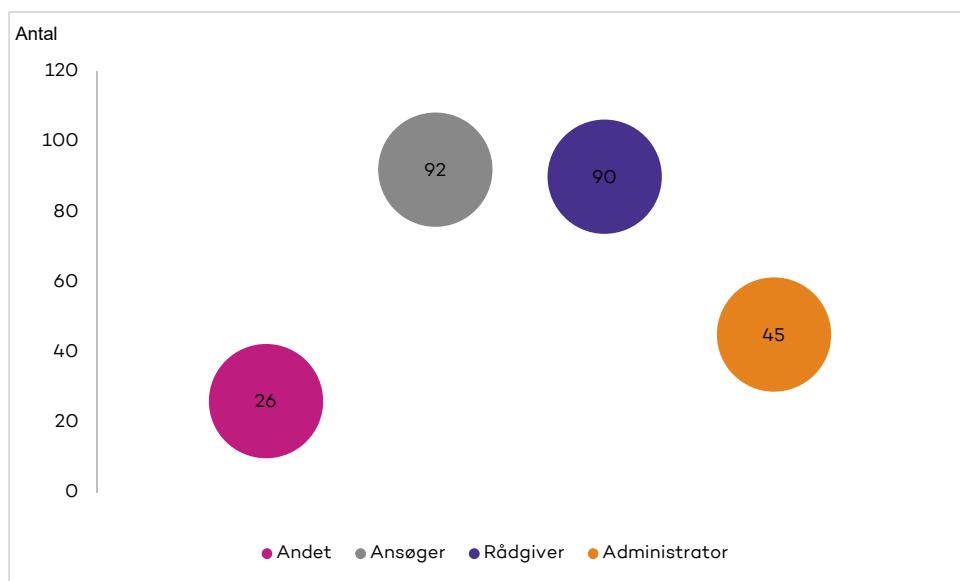
Anm.: Antallet af besvarelser er 253

Kilde: SFU's spørgeskema om kommunikationsindsatsen om EU's forsknings- og innovationsprogram

Undersøgelsen ser også på brugernes rolle i relation til Horizon 2020-programmet. Størstedelen af brugerne er ansøgere til eller rådgivere om Horizon 2020, mens en del arbejder som administrator i et Horizon 2020-projekt f.eks. som regnskabsmedarbejder (figur 5).

Figur 5

Brugernes rolle i relation til Horizon 2020



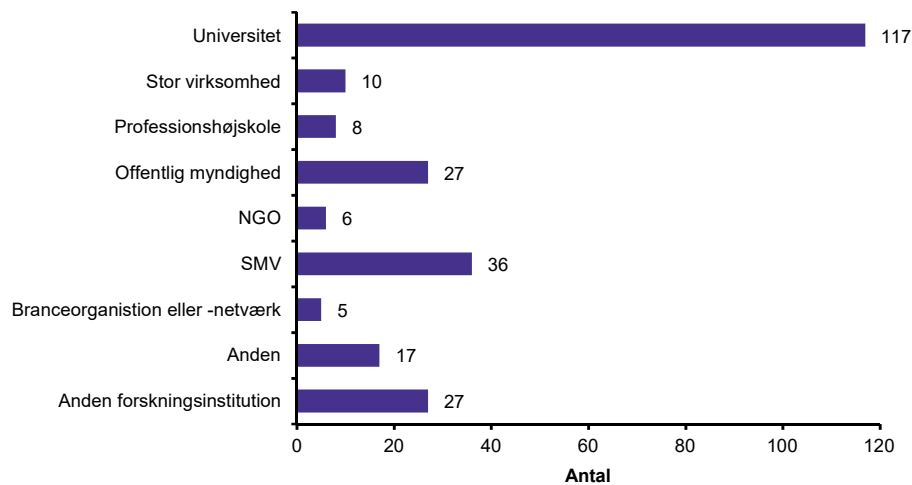
Anm.: Antallet af besvarelser er 253

Kilde: SFU's spørgeskema om kommunikationsindsatsen om EU's forsknings- og innovationsprogram

Når vi ser på, hvor brugerne er ansat, er langt størstedelen ansat på et universitet. Derudover er en større andel af respondenterne ansat i en anden forskningsinstitution, en lille eller mellemstor virksomhed eller en offentlig myndighed (figur 6).

Figur 6

Brugernes arbejdsplads



Anm.: Antallet af besvarelser er 253

Kilde: SFU's spørgeskema om kommunikationsindsatsen om EU's forsknings- og innovationsprogram

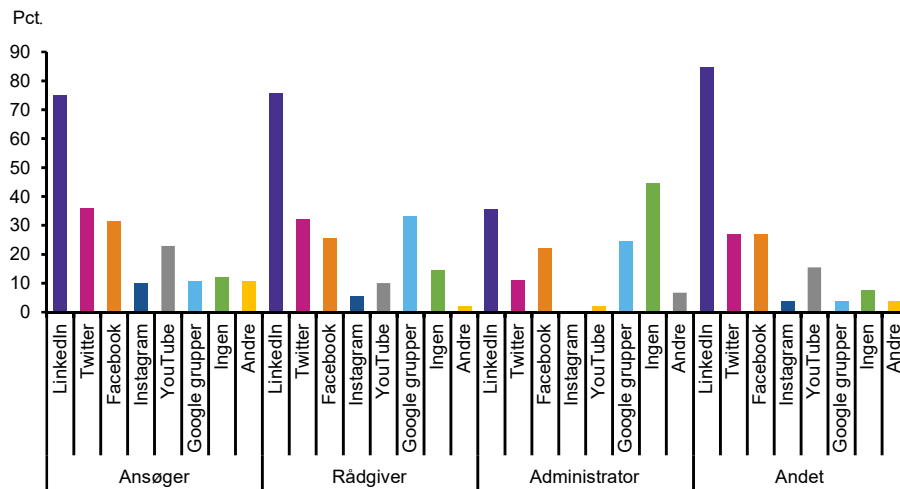
1.4 Brugernes brug af sociale medier som del af deres arbejde

Undersøgelsen belyser brugernes brug af sociale medier i forbindelse med deres arbejde. Her svarer respondenterne, at LinkedIn i arbejdssammenhæng er det fortrukne sociale medie efterfulgt af Twitter (figur 7).

Derudover viser undersøgelsen, at brugen af sociale medier hænger tæt sammen med brugerens arbejdsfunktion. Eksempelvis benytter administratorerne sig mindre af sociale medier i arbejdssammenhæng end de andre grupper, mens ansøgerne benytter Instagram i deres arbejde dobbelt så meget.

Figur 7

Brug af sociale medier i arbejdet – fordelt på rolle i relation til Horizon 2020



Anm.: Antallet af besvarelser er forskellige.

Kilde: SFU's spørgeskema om kommunikationsindsatsen om EU's forsknings- og innovationsprogram

1.5 Hvem bruger hvilke kommunikationskanaler?

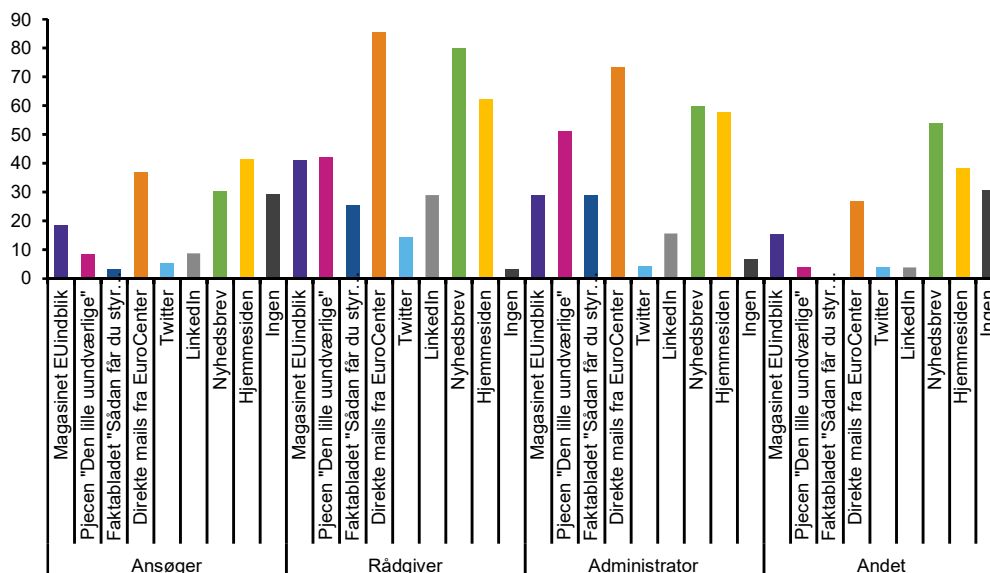
Når vi ser på, hvilke af SFU's kanaler om Horizon 2020 brugerne benytter, er der en tydelig sammenhæng mellem valg af kanal og arbejdsfunktion. F.eks. benytter 86 pct. af rådgiverne sig af direkte e-mails fra EuroCenter, mens det samme er gældende for blot 37 pct. af ansøgerne. Brugen af nyhedsbrevet *Nyt fra ufm.dk* og hjemmesiden www.ufm.dk/h2020 er generelt høj, og det gælder uanset, om man er ansøger, rådgiver eller administrator (figur 8).

Figur 8

Brug af SFU's kanaler - fordelt på rolle i relation til Horizon 2020

Brug af UFM kanaler

Pct.



Anm.: Antallet af besvarelser er forskellige

Kilde: SFU's spørgeskema om kommunikationsindsatsen om EU's forsknings- og innovationsprogram

SFU er ikke den eneste aktør, der kommunikerer om Horizon 2020 til interessenter i Danmark. Undersøgelsen ser derfor også på, hvilke andre kanaler brugerne benytter til at holde sig orienteret om Horizon 2020. Jf. tabel 3 er det særligt universiteternes forskerstøttekontorer og Europa-Kommissionen og regionale EU-kontorer, som brugerne også benytter til at indhente viden.

Tabel 1

Brug af andre kommunikationskanaler – fordelt på rolle i relation til Horizon 2020

	Universitets forskerstøtte- kontor	Professions- højskolerne forskerstøt- tekontor	Europa- Kommissionen	Regionalt EU-kontor	Branche- organisation og -netværk	Erhvervs- hus	Godkendt Teknologisk Service- institution (GTS)	Privat konsulent	Ingen	Andet
Ansø- ger	38	3	38	30	14	6	5	9	6	9
Rådg- iver	40	2	64	54	16	4	5	13	1	7
Admi- nistra- tor	20	0	17	10	4	1	0	1	11	4
Anden	9	0	10	8	4	0	1	1	4	4

Anm.: Antallet af besvarelser er 253

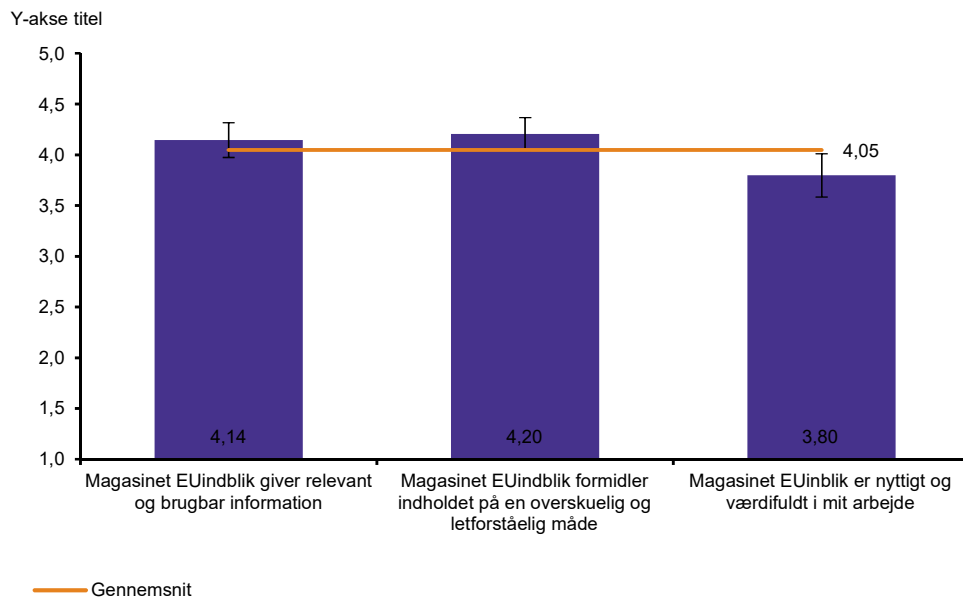
Kilde: SFU's spørgeskema om kommunikationsindsatsen om EU's forsknings- og innovationsprogram

1.6 Magasinet *EUindblik*

Brugerne i undersøgelsen er generelt tilfredse med SFU's magasin *EUindblik*. Magasinets relevans og brugbarhed får en score på 4,14 på en fem-point skala³, mens formidlingen scorer højest med 4,20 point. Ser vi på nytten og værdien af magasinet i brugernes arbejde scorer det lavest med 3,80 point.

Figur 9

Tilfredshed med magasinet *EUindblik*



Anm.: Antallet af besvarelser er forskellige. Generelt har 71 svaret, at de bruger *EUindblik*.

Kilde: SFU's spørgeskema om kommunikationsindsatsen om EU's forsknings- og innovationsprogram

Når vi kigger nærmere på brugernes kommentarer til *EUindblik*, er de ligeledes overvejende positive. Desuden har mange en positiv holdning til interviews og cases i magasinet.

“I har altid nogle gode cases med, som giver inspiration”

Rådgiver fra professionshøjskole

Af negative kommentarer nævnes det, at *EUindblik* har ”Alt for meget kommunikation fra eksperter til eksperter”, og at magasinet i mindre grad henvender sig til virksomheder.

Ser vi på, hvordan brugerne i undersøgelsen læser *EUindblik*, er der en overvægt af læsere, som benytter den elektroniske udgave (tabel 2⁴). Der er dog også nogle respondenter, der både læser *EUindblik* elektronisk og på tryk.

³ I Likert skalaen er et den laveste score og fem den højeste score

⁴ Da spørgeskemaet ikke er sendt til modtagerne af den trykte udgave, er deres læseradfærd ikke afspejlet

Tabel 2

Hvordan læser du magasinet *EUindblik*?

Den trykte udgave	23
Elektronisk	56
Ved ikke	2

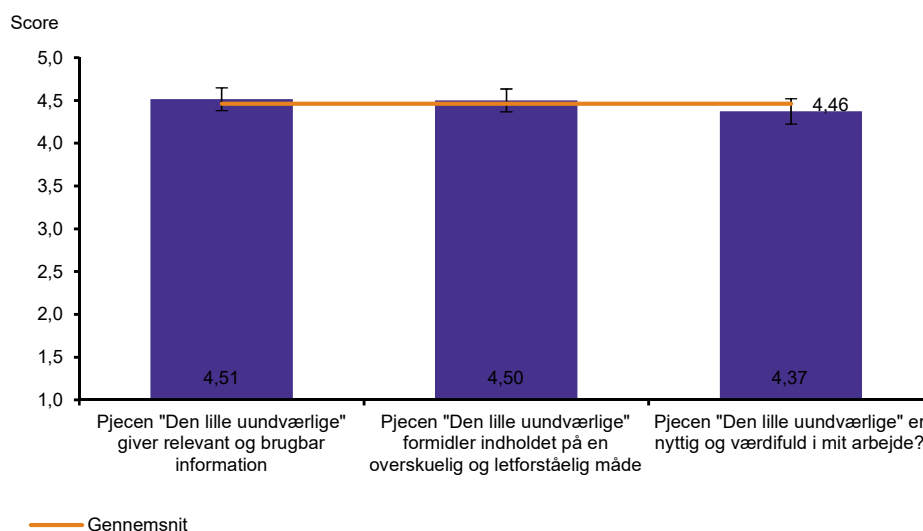
Anm.: Respondenterne har haft mulighed for at vælge både den trykte og den elektroniske udgave. 71 respondenter har besvaret spørgsmålet.

Kilde: SFU's spørgeskema om kommunikationsindsatsen om EU's forsknings- og innovationsprogram

1.7 Pjecen *Den lille uundværlige*

Ser vi på tilfredsheden med pjeceserien *Den lille uundværlige*, er der en meget høj gennemsnitlig tilfredshed på 4,46 målt på en fem-point skala. Serien består af fire pjecer. Det er især på spørgsmålet om *Den lille uundværlige* giver relevant og brugbar information, at pjecen scorer højt. Pjecen er den kanal, som scorer højest på tilfredsheden blandt SFU's forskellige kommunikationskanaler om Horizon 2020.

Figur 10

Tilfredshed med pjecen *Den lille uundværlige*


Anm.: Antallet af besvarelse er 70

Kilde: SFU's spørgeskema om kommunikationsindsatsen om EU's forsknings- og innovationsprogram

Den meget positive holdning til pjecen understøttes af, at ingen brugere i undersøgelsen har skrevet negative kommentarer om pjecen. Enkelte ønsker, at pjecen også udgives på engelsk. Flere rådgivere nævner, at *Den lille uundværlige* er god at give videre til forskere og virksomheder. Eksempelvis skriver en rådgiver følgende om pjecen:

“Når virksomheder, jeg arbejder med, vælger at søge støtte, så er det en god introduktion og et godt opslagsværk for de administrative funktioner i virksomhedens projekt”

Rådgiver i brancheorganisation eller -netværk

Derudover fremhæver flere brugere, at den korte og præcise form er en fordel ved pjecen, og at de ofte bruger *Den lille uundværlige* som opslagsværk.

Flest brugere læser den trykte udgave af pjecen *Den lille uundværlige*. Der er dog også nogle respondenter, der både læser pjecen elektronisk og på tryk. 18 respondenter har angivet, at de kun læser den trykte udgave.

Tabel 3

Hvordan læser du pjecen *Den lille uundværlige*?

Den trykte udgave	52
Elektronisk	32
Ved ikke	1

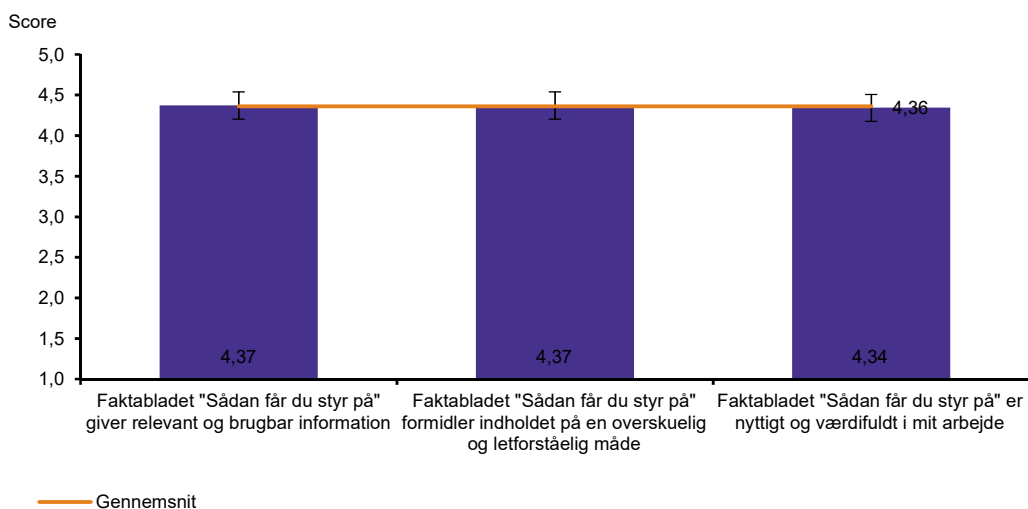
Anm.: Respondenterne har haft mulighed for at vælge både den trykte og den elektroniske udgave. 70 respondenter har besvaret spørgsmålet.

Kilde: SFU's spørgeskema om kommunikationsindsatsen om EU's forsknings- og innovationsprogram

1.8 Faktabladet *Sådan får du styr på*

Brugerne er generelt godt tilfredse med serien af faktablade *Sådan får du styr på*, både når det gælder relevansen, formidlingen og nytten af faktabladet. Serien består af fire faktablade.

Figur 11

Tilfredshed med faktabladet *Sådan får du styr på*


Anm.: Antallet af besvarelser er forskellige. Generelt har 39 svaret, at de bruger faktabladet *Sådan får du styr på*

Kilde: SFU's spørgeskema om kommunikationsindsatsen om Horizon-programmerne

Når respondenterne i undersøgelsen uddyber, hvorfor de er tilfredse med faktabladet, fremhæver de især den korte form. Rådgiverne fremhæver også, at den korte form både egner sig til opslagstavlen og til at give videre til ansøgere.

“Et forhold, eet ark - det er ret smart.”

Rådgiver på universitet

Antallet af respondenter, som læser den elektroniske og den trykte udgave af faktabladet, er nogenlunde ens (tabel 3). Dette tyder på, at respondenterne enten læser den elektroniske eller den trykte udgave.

Tabel 4

Hvordan læser du faktabladet *Sådan får du styr på*?

Den trykte udgave	19
Elektronisk	22
Ved ikke	3

Anm.: Respondenterne har haft mulighed for at vælge både den trykte og den elektroniske udgave. 39 respondenter har besvaret spørgsmålet.

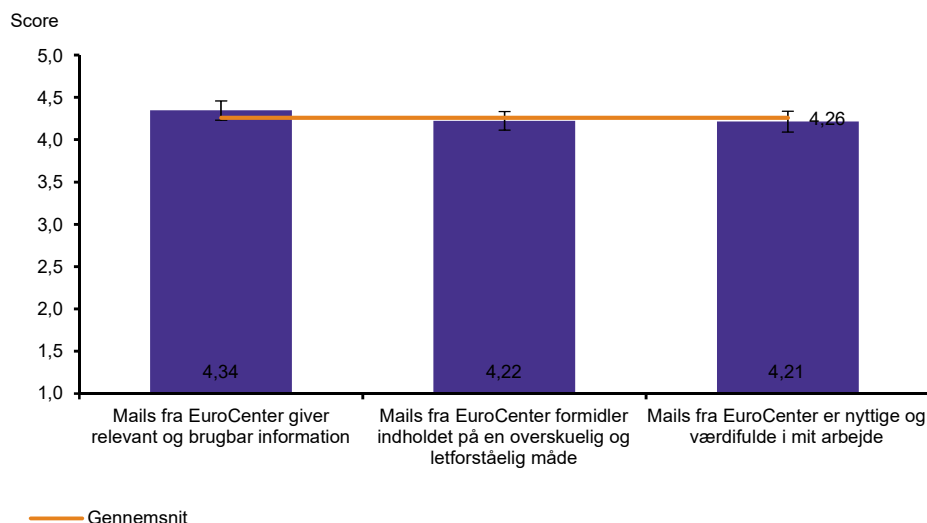
Kilde: SFU's spørgeskema om kommunikationsindsatsen om EU's forsknings- og innovationsprogram

1.9 E-mails fra EuroCenter

Brugerne er generelt tilfredse med EuroCenters e-mails om arrangementer⁵ (figur 12).

Figur 12

Tilfredshed med e-mails fra EuroCenter om arrangementer



Anm.: Antallet af besvarelser er forskellige. Generelt har 151 svaret, at de bruger e-mails fra EuroCenter om arrangementer.

Kilde: SFU's spørgeskema om kommunikationsindsatsen om EU's forsknings- og innovationsprogram

Blandt de positive kommentarer i undersøgelsen nævnes særligt, at EuroCenters e-mails er aktuelle, korte og giver et godt overblik.

”Altid relevant indhold i forhold til Horizon 2020, og de sendes 'timely'.”

Rådgiver i offentlig myndighed

Blandt de få negative kommentarer nævnes, at EuroCenters e-mails indeholder mange forkortelser og indforstået sprog, og at de kunne være mere målrettede og konsistente i deres udtryk.

⁵ Det er muligt, at en del af respondenterne har forvekslet dette med e-mails fra EuroCenter i EU-DK Support Google-gruppen. 80 pct. af svarene kommer fra rådgivere og blandt kommentarerne indikeres det, at der ikke kun tænkes på e-mails om arrangementer.

1.10 Twitter

I undersøgelsen har kun få respondenter angivet, at de benytter Twitter (21 ud af 253 respondenter). Til gengæld er de respondenter, som benytter EuroCenters Twitter, overordnet tilfredse med indholdet. På en skala fra 1 til 5 vurderer brugerne i gennemsnit EuroCenters Twitter-kanal til 4,06 point.

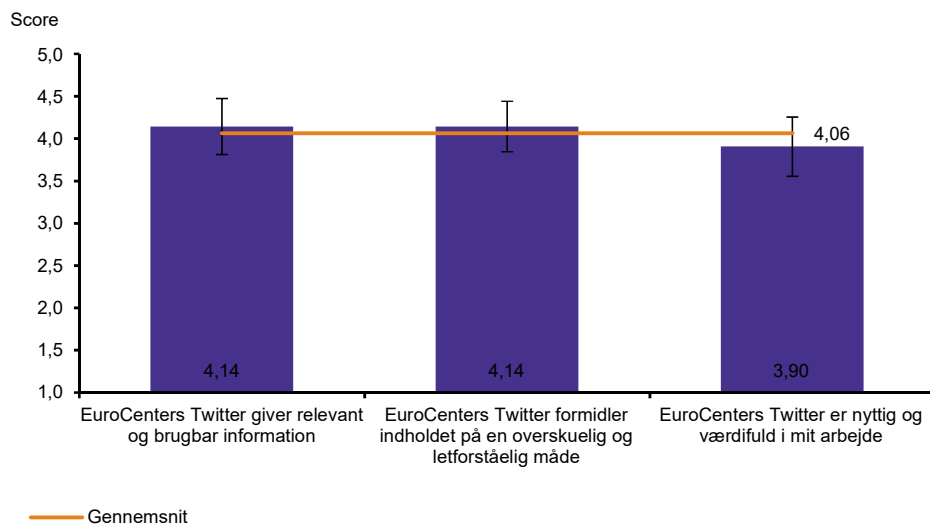
Det er særligt den korte form og brug af links, som brugerne fremhæver som positive aspekter ved EuroCenters Twitter.

”Det er kort, og man kan bruge linket til at søge mere information.”

Anden funktion i offentlig myndighed

Figur 13

Tilfredshed med EuroCenters Twitter



Anm.: Antallet af besvarelse er 21

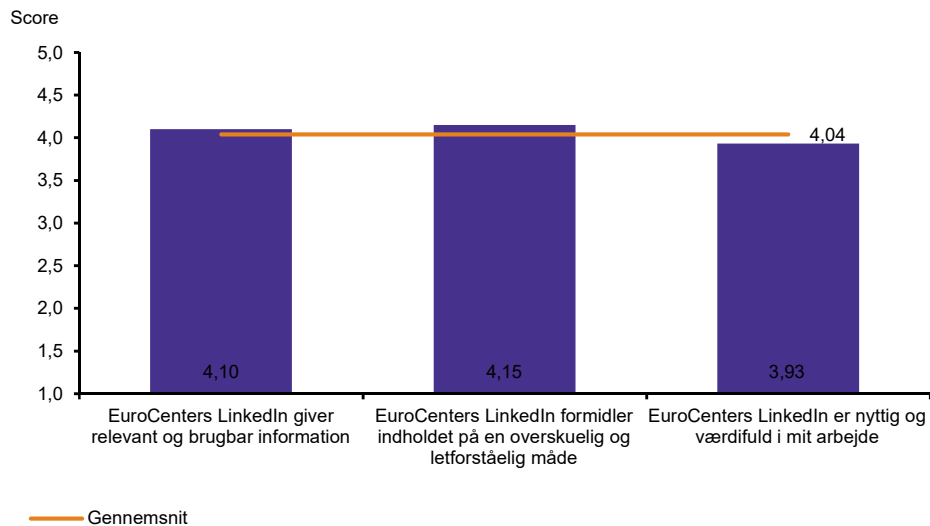
Kilde: SFU's spørgeskema om kommunikationsindsatsen om EU's forsknings- og innovationsprogram

1.11 LinkedIn

Brugerne er også generelt tilfredse med EuroCenters indhold på LinkedIn (figur 14).

Figur 14

Tilfredshed med EuroCenters LinkedIn



Anm.: Antallet af besvarelser er forskellige. Generelt har 42 svaret, at de bruger EuroCenters LinkedIn.

Kilde: SFU's spørgeskema om kommunikationsindsatsen om EU's forsknings- og innovationsprogram

Tilfredsheden med kanalen understøttes af, at ingen i besvarelsen af spørgeskemaet har skrevet negative kommentarer om EuroCenters LinkedIn. Blandt de positive kommentarer fremgår det, at EuroCenters LinkedIn ofte bidrager med informationer, som man ellers ville have overset. Derudover nævner brugerne, at det er et plus, at opslagene på LinkedIn er synlige og nemt tilgængelige i længere tid. Det er i modsætning til flowet på Twitter, hvor relevante opdateringer hurtigt kan forsvinde i mængden af andre opdateringer.

“Jeres posts står der længere (på LinkedIn) end f.eks. på Twitter. Jeg har ikke tid til at tjekke Twitter hele tiden. Der er en større chance for, at jeg når at se jeres posts på LinkedIn.”

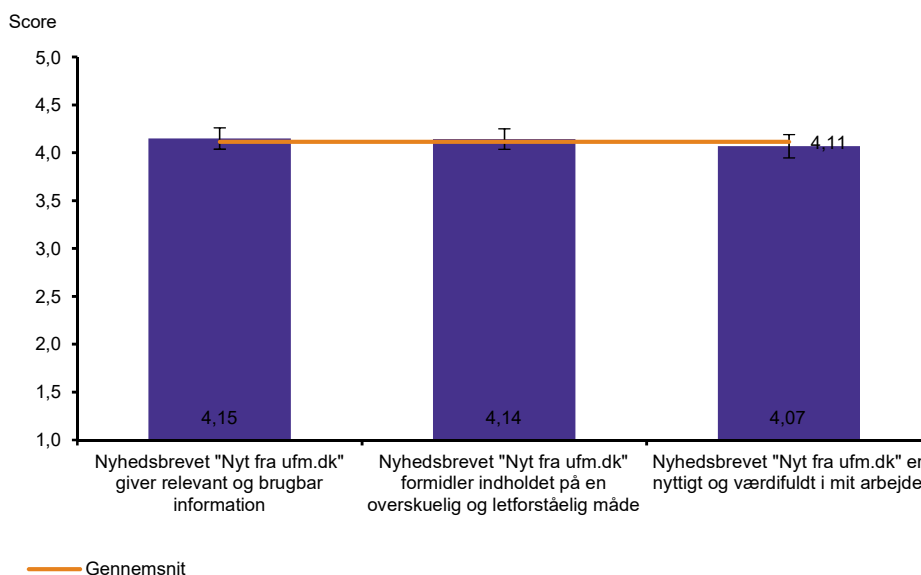
Rådgiver på universitet

1.12 Nyhedsbrevet *Nyt fra ufm.dk*

Brugerne er generelt tilfredse med Uddannelses- og Forskningsministeriets nyhedsbrev *Nyt fra ufm.dk* og dets indhold om Horizon 2020 (figur 15).

Figur 15

Tilfredshed med nyhedsbrevet *Nyt fra ufm.dk*



Anm.: Antallet af besvarelser er forskellig. Generelt har 141 svaret, at de bruger nyhedsbrevet *Nyt fra ufm.dk*.

Kilde: SFU's spørgeskema om kommunikationsindsatsen om EU's forsknings- og innovationsprogram

Generelt er kommentarerne positive over for nyhedsbrevets indhold om Horizon 2020.

“Jeg bliver holdt ajour med de vigtigste ting og udviklinger i Horizon 2020.”

Rådgiver fra universitet

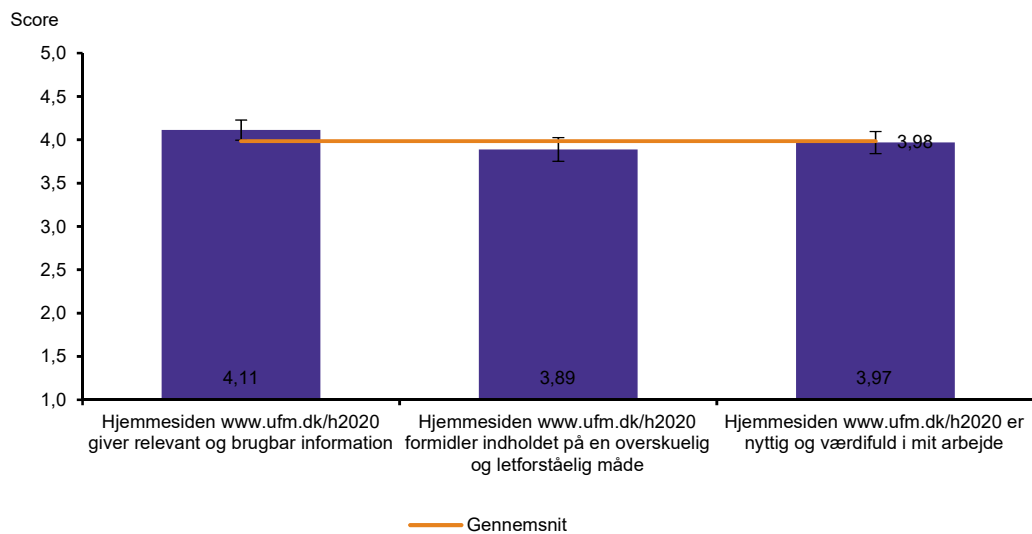
Flere respondenter fremhæver især nyhedsbrevets relevans, og at det fungerer som en god reminder om eksempelvis programmer, opslag og ansøgningsfrister.

1.13 Hjemmesiden

Generelt er respondenterne tilfredse med styrelsens hjemmeside www.ufm.dk/h2020 om Horizon 2020, men kanalen har den laveste score blandt styrelsens kanaler.

Figur 15

Tilfredshed med hjemmesiden www.ufm.dk/h2020



Anm.: Antallet af besvarelser er forskellig. Generelt har 130 svaret, at de bruger hjemmesiden.

Kilde: SFU's spørgeskema om kommunikationsindsatsen om EU's forsknings- og innovationsprogram

Blandt de positive kommentarer til hjemmesiden bliver det ofte fremhævet, at hjemmesiden fungerer som et pålideligt og godt opslagsværk.

“Jeg ser hjemmesiden som det mest pålidelige sted at få konkrete og korrekte informationer om EU-ansøgninger.”

Ansøger fra universitet

Dog mener nogle, at hjemmesiden ikke er brugervenlig. Andre efterlyser information på engelsk, så de kan henvise engelsktalende forskere til hjemmesiden.

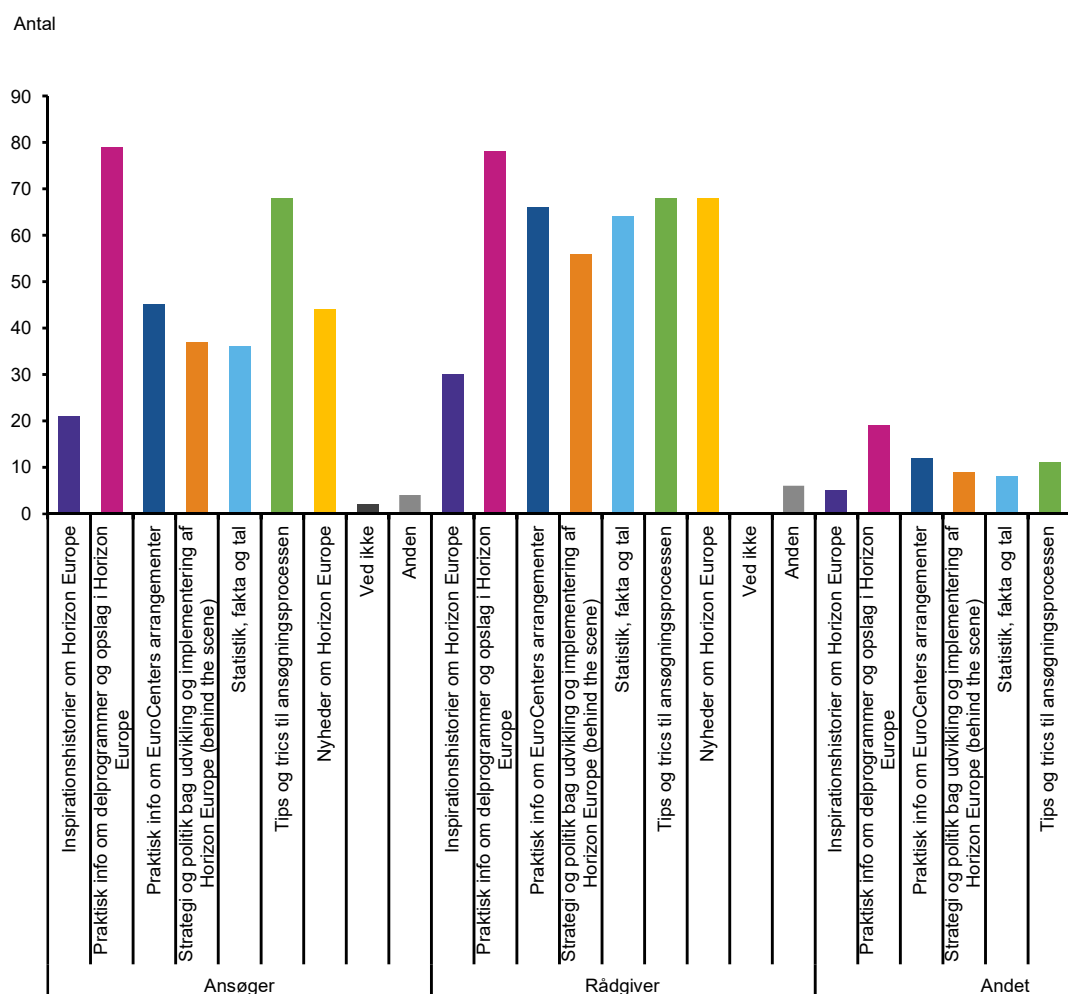
2. Input til kommunikation om Horizon Europe

Som led i at udvikle kommunikationsindsatsen om det nye forsknings- og innovationsprogram Horizon Europe sætter spørgeskemaundersøgelsen også fokus på brugernes fremtidige behov og beder om deres input til styrelsens fremtidige indsats.

Når vi ser på, hvilken type information respondenterne interesserer sig mest for i forbindelse med Horizon Europe, hænger deres behov tæt sammen med deres rolle. Ansøgerne er særligt interesseret i praktisk information om delprogrammer og opslag, mens rådgiverne interesserer sig for både praktisk information om arrangementer og delprogrammer, statistik, nyheder og de politiske aspekter bag udarbejdningen af programmerne. Ansøgernes interesser er således tæt koblet til selve ansøgningsprocessen, mens rådgivernes interesse favner bredere.

Figur 16

Input til styrelsens fremtidige kommunikationsindsats om Horizon Europe



Anm.: Ingen administratorer har besvaret spørgsmålet. Antallet af besvarelser er forskellig, men for hele undersøgelsen er tallet 253.

Kilde: SFU's spørgeskema om kommunikationsindsatsen om EU's forsknings- og innovationsprogram

Når vi ser på, hvilke kommunikationskanaler respondenterne ønsker, peger flest på elektroniske nyhedsbreve eller oplysninger via hjemmesiden.

Tabel 5

Foretrukne kommunikationskanaler om Horizon Europe

Medie	Antal
Trykt publikation	43
Sociale medier	46
Elektronisk nyhedsbrev	208
Hjemmeside (herunder digitale magasiner)	170
Ved ikke	8
Andre	15

Anm.: Respondenterne har haft mulighed for at vælge flere svar. Nogle respondenter har valgt flere kanaler.

Kilde: SFU's spørgeskema om kommunikationsindsatsen om EU's forsknings- og innovationsprogram

Når det gælder input til indholdet i SFU's kommunikationsindsats om Horizon Europe, er det særligt information om opslag, arrangementer og ansøgningsfrister, der bliver efterspurgt blandt brugerne. Derudover spænder brugernes input fra temanumre i magasinet *EUindblik* om f.eks. private rådgivere over *Den lille uundværlige* om processen fra godkendelse af ansøgning til projektstart til en FAQ om forskellen på Horizon 2020 og Horizon Europe.

Mange svarer derudover, at der ikke er behov for trykt materiale, og at alt materiale i stedet fremover bør være online.

Når vi i undersøgelsen spørger ind til ønsker til det elektroniske nyhedsbrev, fremhæver mange vigtigheden af, at det er målrettet, så der ikke kommer for meget irrelevant information. Eksempelvis skriver en respondent:

“Måske skulle de være lidt mere målrettet ens hovedforskningsfelt. Vi drukner i mails, så hvis det kunne begrænse mails, ville det være godt.”

Ansøger fra universitet

Når vi spørger om ønsker til det fremtidige indhold på sociale medier, mener nogle, at informationer på UFM's hjemmeside fungerer lige så godt. Derudover ønsker en respondent, at Horizon Europe-indhold bliver mere synligt i mediebilledet:

“Virksomheder læser aviser, brancheblade og hører nyheder. Få gode historier bragt i almindelige medier.”

Rådgiver i brancheorganisation eller -netværk

3. Konklusion

På baggrund af spørgeskemaundersøgelsen kan vi konkludere, at respondenterne på tværs af blandt andet jobfunktion og rolle i forhold til Horizon 2020 generelt er tilfredse med SFU's kommunikationsindsats om Horizon 2020. Der er største tilfredshed med pjeceserien *Den lille uundværlige* og mindst tilfredshed med hjemmesiden www.ufm.dk/h2020.

Når det gælder input til SFU's fremtidige kommunikationsindsats om Horizon Europe, er der blandt brugerne et ønske om, at viden kommunikeres via elektroniske nyhedsbreve og hjemmesiden. Desuden er særligt informationer om de forskellige delprogrammer i Horizon Europe og tips og tricks til ansøgningen efterspurgt blandt brugerne. Undersøgelsen viser også, at ansøgere og rådgivere har forskellige input til styrelsens fremtidige indsats - input som i høj grad afspejler deres forskellige behov for viden.

Spørgeskemaundersøgelsens resultater vil indgå i det videre arbejde med at prioritere og udvikle styrelsens kommunikationsindsats om Horizon Europe.

Tak for de mange svar og input.