

Karin Hansson
SCB, enheten för kommunikation

Möte i SCB:s användarråd för kommunikation 27 oktober 2023

Närvarande:

- Åsa Olsson, Formas, ordförande
- Alexandra Kopf Axelman, Sveriges Kommuner och Regioner
- Alicia Fagerving, Wikimedia
- Embla Jernstig, Läromedelsförfattarnas riksförbund
- Lotta Sima, Sveriges Television
- Martin Olsson, Newsworthy
- Sherko Alemdar, Socialstyrelsen

Från SCB (kommunikationsenheten om inget annat anges)

- Andrea Gillgren (punkt 6)
- Elma Jakupovic
- Karin Hansson
- Karin Hedman
- Sara Brinkberg
- Stephanie Bresell (punkt 7)
- Susanne Svartengren (avdelningen för ekonomisk statistik och analys, punkt 6)

Frånvarande:

- Hampus Brynolf, Springtime-Intellecta
- Karoline Mellgren, Försäkringskassan
- Suzan Hourieh Lindberg, Perspetivo

1. Mötet öppnas

2. Godkännande av dagordningen

Dagordningen godkändes.

En övrig fråga anmäldes.

3. Anteckningarna från föregående möte

[Mötesanteckningarna från mötet 27 april 2023.](#)

Inga kommentarer.

4. Aktuellt från SCB hösten 2023

Inga kommentarer eller frågor.

5. Ny chef på kommunikationsenheten

Karin Hedman presenterar sig.

Beskrivning av punkten i dagordningen

Nyttillträdda chefen Karin Hedman presenterar sig och berättar om vad som är aktuellt på kommunikationsenheten och i arbetet med målbilden och färdplanen för kommunikationsområdet. Vi är mitt uppe i verksamhetsplaneringen för 2024–2026 och tar gärna emot medskick från användarrådet.

Karin Hedmans presentation i korthet

- Jobbat på Stockholm stad, Regeringskansliet, Riksdagsförvaltningen, Skolverket.
- Röd tråd: intresset för digital utveckling.
- Har erfarenhet av analysverksamhet från Stockholm stads utbildningsförvaltning och Skolverket.

Det har hänt mycket på SCB:s kommunikationsenhet de senaste åren, både vad gäller organisation och verksamhetens inriktning. Omdaning pågår fortfarande. Nu senast har vi gjort om startsidan på scb.se, och enheten har även förändrat sitt sätt att jobba. Att SCB numera mer aktivt vill vända sig till expertanvändare innebär dock inte vi har lämnat allmänheten bakom oss.

En fråga framåt är hur långt SCB själva förmår visualisera och presentera statistisk information och vad gör andra aktörer bättre?

Förtroendet för SCB ökar enligt den senaste SOM-undersökningen. En tanke är att det kan hänga ihop med SCB:s ökande synlighet i media, men om det förhåller sig så är svårt att säga.

Kommentar från deltagarna

Många myndigheter sitter med frågan om gränstragningen mellan att erbjuda öppna data för externa aktörer att visualisera och att göra egna visualiseringar och analyser. Nästan ingen kommunikationschef vill släppa helt och lägga alla ägg i öppna data-korgen. Det här är en viktig fråga, inte minst för myndigheters varumärke.

6. Bygga relationer med externa användare

Andrea Gillgren och Susanne Svartengren presenterade och visade ett bildspel.

Beskrivning av punkten i dagordningen

SCB vill etablera relationer och nätverk på en högre nivå än idag inom utvalda expertanvändares organisation. Syftet är att presentera bredden av SCB:s statistik och öka användarnas kunskap om den. Vi vill också föra dialog om hur användarnas framtida behov och önskemål kan bemötas av SCB:s utbud. Målet är att detta ska leda till fler kvalificerade uppdrag och samarbeten.

Vi är nu i fasen där vi tar fram förslag på upplägg för kommunikation och dialog och vill gärna ha användarrådets input!

Susannes kommentarer till bildspelet

- Susanne är projektledare för arbetet med att utveckla relationerna med expertanvändare på SCB:s avdelning för ekonomisk statistik och analys (ESA).
- ESA producerar inte bara ekonomisk statistik, utan även t.ex. statistik om boende.
- År 2021 träffade ESA expertanvändare och samlade in kunskap om deras behov och önskemål. Nu tar vi det vidare, framför allt genom att inrikta oss på att arbeta mer proaktivt.
- I relationen med expertanvändare vill vi lyfta fram vad vi kan erbjuda i form av data och statistik på ett annat sätt: från "Vad vill ni ha?" till "Det här har vi, och vi tror att ni kan vilja ha det här." Man kan kalla det ett smörgåsbordstänk.
- Exempel på användare som vi vill utveckla dialogen med är departement, Riksbanken, regeringen och riksdagen.
- Som synes av bildspelet har SCB redan dialoger av olika slag med användare. Som exempel är dialogen på sektionsnivå (den lägsta organisatoriska nivån på SCB) inriktad på kvalitetsfrågor om specifika undersökningar och liknande. Vår tanke är att komplettera de dialoger vi har med nya.
- För att ringa in vad en expertanvändare kan vara har vi gjort en kartläggning och funnit totalt 232. En handfull av dessa ska vi träffa i den nya typen av dialog.
- Den nya typen av dialog handlar om att SCB vill komma in tidigare i expertanvändarnas planering.

Frågor och kommentarer från deltagarna

Fråga: Finns det mätbara mål?

Svar: Jag tänker mig att antalet kvalificerade uppdrag till SCB kan räknas, men generellt sett varierar nog möjligheten till mätbara mål en del.

Fråga: Hur är det med uppdrag ni tar betalt för? Det känns som ni har dragit ner på den verksamheten?

Svar: Jag kan inte svara på det, men det är viktigt att ha i minnet att kvalificerade uppdrag alls inte bara är betaluppdrag utan även uppdrag från regeringen.

Kommentar SCB: En målbild för den betalda uppdragsverksamheten på SCB är på gång.

Kommentar SCB: Vi har inget färdigt upplägg för nya dialoger med expertanvändare; vi vill ha er input. Det ska inte vara en engångsföreteelse utan vår ambition är att få till någon form av kontinuitet.

Kommentar: Det är viktigt att komma ihåg att utveckling av relationer med användare även är en kulturfråga. En förutsättning för att lyckas är att det betraktas som en ”riktigt” del av jobbet att nätverka, t.ex. genom att delta i en konferens bara för att knyta kontakter, utan att presentera något.

Kommentar: En annan sak som är viktig att komma ihåg är att chefers intresse för statistik kan variera inom de organisationer där SCB har sina expertanvändare.

Kommentar: Jag tycker att det skulle vara kul med någon typ av hackaton med en mindre grupp, som ett datalabb. Det skulle vara ett sätt för personer från olika myndigheter att ta sig ut ur sina silor. Eller kanske testa digitala rum, t.ex. LinkedIn showcase – mindre rum för smalare frågor. Ibland flyger det, är min erfarenhet.

Kommentar: Det är inte så enkelt att bara träffa användare som berättar vad de vill ha och ni berättar vad ni har etc. Det viktigaste är att bygga upp en dialog så att expertanvändare känner att de kan ringa när som helst när de har en idé. Avgränsa gärna från början så att ni orkar hålla i dialogen över tid! Det gäller dialog på alla nivåer, inklusive de existerande.

Kommentar: Det finns ju personer runt om på SCB som är duktiga på sånt redan!

Kommentar SCB: Arbetet är ännu i sin linda. SCB:are kommer att erbjudas stöd att delta i användardialoger. Det gäller alla, inte bara uppmuntra dem som redan kan.

Kommentar: I början är det ni som vill mest i dialogen! Ni behöver vara som den där jobbiga kompisen som alltid är den som föreslår att hitta på något ihop, men det är nödvändigt! Man måste hålla i.

Kommentar: Ju fler man når genom dialoger desto bättre! Utan kommunikation kommer data inte att användas.

Kommentar SCB: Det är viktigt att vi på SCB tänker igenom hur vi följer upp, hur vi ska veta att vi har lyckats.

Kommentar SCB: Planen är att vi ska mäta effekten, våra aktiviteter, och hur vi håller i! Arbetet ska vara långsiktigt.

Kommentar SCB: SCB har ju redan en del väldigt tajta relationer med vissa expertanvändare.

Kommentar SCB: Jag tänker att varje kontakt blir ett eget koncept. Bra förberedelser krävs.

Fråga: Vad vill ni uppnå med det här arbetet?

Svar: Målet är att statistiken ska användas mer och vi vill att SCB kommer med tidigare i tex. utredningar. Idag har vi ibland kommit in för sent och då har det blivit så att vår statistik inte har använts trots att den har varit relevant för utredningen. Så ska det så klart inte vara.

Kommentar: Det är viktigt att förtydliga vad användarna vinner så att inte tyngdpunkten är vad SCB vinner!!

Kommentar: Karin Hedman nämnde tjänstedesign. Det skulle vara mycket intressant att kartlägga användarresan. Var börjar statistikanvändarnas resa? Med en googling?

Kommentar SCB: Ja, det vore ett sätt att vara förberedd inför dialogens start.

Kommentar: Hur mäter man förtroende egentligen? Man kanske kan benchmarka mot något för att följa upp.

Kommentar: Kom tillbaka till användarrådet för kommunikation och berätta hur det har gått med arbetet om nåt år eller så!

7. SCB på sociala medier

Stephanie Bresell, ansvarig för sociala medier på SCB, presenterade och visade ett bildspel.

Beskrivning av punkten i dagordningen

Vi bedömer att vårt genomslag på X minskar, och med det eventuella följd effekter utanför plattformen. Det beror i sin tur på faktorer som användarflykt och ändrade algoritmer. X spelar inte längre samma roll i det offentliga samtalet. Allt fler stora och seriösa aktörer slutar vara aktiva på X (t.ex. Sveriges Radio), pga. plattformens minskade relevans. Dessutom verkar X varumärke vara på väg på en resa utför, extrema krafter och desinformation släpps fram. Vi tänker dock att SCB på något sätt bör fortsatt bevaka vad som händer där.

Vi på kommunikationsenheten vill diskutera dessa tankar med användarrådet och höra era reflektioner kring förflyttning från X!

Stephanies kommentarer till bildspelet

X vara eller inte vara är en ganska stor fråga och kanalstrategin är inte klar eller beslutad än. SCB:s policy för sociala medier är övergripande, den har fokus på målgrupper etc. Det finns behov att precisera mer vad som gäller för de olika kanalerna, dvs. en kanalstrategi som kompletterar policyn.

Vi planerar att lägga mer fokus LinkedIn med mer genomtänkt närvaro och mer stöd till SCB:are som vill vara aktiva där.

SCB:s Facebook-närvaro är aningen eftersatt, vilket mest beror på förändringen av algoritmen som gör det svårt att nå ut organiskt. Facebook är en fortsatt viktig kanal för SCB, en viktig ingång till statistiken. Vissa inlägg får ordentlig snurr på Facebook, även om det inte händer ofta. Facebook är även en kanal för människor att komma i kontakt med oss.

Vi på kommunikationsenheten har testat olika grepp på X under årens lopp. Även våra pressansvariga har testat olika saker, t.ex. diagram, som har gått rätt bra. För ett år sen slutade vi svara på kommentarer och hänvisar istället till Statistiks-service. Det är klimatet på X som har lett till funderingar på att SCB ska lämna plattformen; vi vill undvika långa dialoger som inte ger så mycket. Det har hänt mycket med kanalen generellt, de betraktas som mindre relevant. Flera myndigheter har minskat och begränsat sin närvaro på X. Men man kan också fråga sig om det finns en risk med att inte finnas på X; vi som myndighet ska ju vara tillgängliga.

Frågor och kommentarer från deltagarna

Kommentar: Vi har också grunnat på om man ska vara eller inte på X, under omständigheterna nu.

Fråga: Har ni helt valt bort Snapchat? Unga kommunicerar ju helt där.

Svar: Snapchat har varit på tapeten men vi har valt att fortsätta fokusera på Instagram där vi har vårt framgångsrecept. Med neddragningarna på kommunikationsenheten tidigare i år är det inte heller aktuellt att satsa på nya kanaler. SCB har sänkt ambitionsnivån för Instagram när det gäller frekvens men inte kvalitet eller innehåll. Vi behåller det vardagsnära och humoristiska ansatsen.

Fråga: Har ni kollat Bluesky? Fler och fler finns där, t.ex. journalister och forskare, och klimatet är vänligt!

Kommentar: Kanske kan det vara bra att testa samma inlägg på olika plattformar? Kanske kommer LinkedIn breddas och ökas (som verkar ha skett USA).

Kommentar: ja mna ska avveckla twitter (vi valde bort från början). Det kräver mycket för att vara aktiv på ett sätt som ger något och klimatet är inte jättetrevligt. Som myndighet kan man inte vara och synas överallt!

Kommentar: SCB vill ju prioritera så X känns rätt att prioritera bort.

Kommentar: SKR har lämnat Facebook.

Kommentar: SVT har stängt kommentarer på X. Mest kommentarer kommer på Snapchat. Det finns nyhetsflöden där efter vilka intressen man har.

Kommentar: Instagram, Facebook och X har olika användargrupper och olika åldrar.

Kommentar SCB: Vi har pratat om att överföra Instagram-manéret till Snapchat men vi bedömer att det inte är mödan värt.

Kommentar: Socialstyrelsen har gjort en del för Snapchat, men har slutat posta på X.

Fråga: Använder ni mediebevakningsverktyg? X lär ha ett bra API för det. Det är ganska svårt att ha koll.

Fråga: Man kan ha ett anonymt konto bara för att bevaka. Är tanken att ni ska ersätta X med något annat?

Svar: Vi har diskuterat det. Vi lutar åt att avveckla X, men vi har inga planer på ersättning just nu.

Kommentar: Personer 20–30 tycker inte att Facebook är ”coolt”. De flesta jag känner i min ålder (jag är 35) använder bara Facebook Messenger, men postar inga inlägg.

Kommentar: Vår målgrupp är ”jättegammal” så vi satser inte på Snapchat. Men vi har ett konto på Tiktok där vi håller koll så att vi är redo om vi skulle vilja börja vara aktiva där. Tiktok växer hur snabbt som helst. Man riskerar att tappa folk om man inte är där, tror jag. Jag tror dock inte att folk är på Snapchat och Tiktok för att ta del av innehåll av den typ som SCB erbjuder.

Kommentar: Vi myndigheter borde kanske pusha på för öppen källkod-verktyg.

8. SCB:s affischer i samarbete med Friends

Sara Brinkberg presenterade en kort uppföljning om affischerna med statistik om skolbarn som SCB tog fram i samarbete med stiftelsen Friends (se bildspel).

Saras kommentarer till bildspelet:

- För ett år sen hade SCB fått ett regeringsuppdrag och vi på kommunikationsenheten hade fått kontakt med Friends på Järvaveckan.
- Vi visste sen tidigare att lärare främst vill ha affischer och att det viktigaste är att använda redan etablerade kanaler som lärare använder.
- När affischerna är helt slut får vi en mer matig rapport från distributören Gratis i skolan.
- Det är tydligt att lärare gärna vill ha material från oss. Man kan se att SCB inger förtroende.

Fråga från deltagarna: Finns möjlighet att ni äskar pengar för paket för skolor liknande detta inom andra områden, t.ex. inför val? Ni har så otroligt mycket data!

Svar från chefen för kommunikation: SCB skulle kanske kunna samarbeta på liknande sätt men med en annan aktör än Gratis i skolan? Det är så mycket som skickas ut till skolor i samband med val.

9. Från Statistikforum till Statistikdagen

Sara Brinkberg presenterade kort hur det nya konceptet för konferensen Statistikdagen (20 oktober) genomfördes (se bildspel).

Fråga till deltagarna: Vad tycker ni som var där om Statistikdagen?

Svar från deltagarna:

- Dagen tilltalade särskilt mig som jobbar med att kommunicera statistik. Det var bra bredd. Bra dag.
- Jag deltog som presentatör under passet ”aktivitetszoner” och fick många bra frågor. Nästa gång borde aktivitetszonerna få mer tid!
- Jag var inte där själv men flera av mina medarbetare var där och de sa att det var det bästa programmet på länge.

Kommentar från en deltagare

Vi är drygt 200 som jobbar med statistisk analys. Kanske skulle vi kunna fungera som ambassadörer?

10. Övriga frågor

Databasen för kommuner och regioner Kolada är nu den mest omfattande öppna data-resursen på <https://www.dataportal.se/>, med SCB på andra plats. Det hänger ihop med hur datat är upplagt, eftersom SCB:s statistikdatabas SSD alltså är större sett till mängden data

11. Summering och förslag på ämnen till nästa möte

Kommentarer från deltagarna om dagens möte:

- De rappa presentationerna ger tid till oss att komma med input.
- Intressantast var punkt 7 om sociala medier och hur man kommunicerar data. SVT:s interaktiva datalösningar kan kanske vara en inspiration för SCB, även om SVT skiljer sig från SCB, bl.a. genom att till skillnad från SCB inte fokusera på expertanvändare som målgrupp.
- Bra diskussioner och samtal. Det är lätt att förstå vad man ska komma med input på.
- [The Pudding](#) som tar fram datadrivna essäer kan kanske ge inspiration.
- Mötet gav bra förutsättningar för att få till diskussion, även om hybridformatet inte är helt lätt.
- Jag ser fram emot uppföljning av SCB:s arbete med LinkedIn och utveckling av relationer till expertanvändare.
- Väldigt bra innehåll, med flera olika ämnen.
- Det var intressant att hör om skolaffischerna i samarbete med Friends; det är ett inspirerande sätt att sprida kunskap.
- Det var mycket givande att få insikt i hur andra organisationer resonerar om olika sociala medie-kanaler.