

Lars Sjölander
KOM/LEDN

Möte i användarrådet för kommunikation 10 juni 2019

Närvarande:

David Ståhlberg, David Ståhlberg AB, ordförande
Diana Corman, Socialstyrelsen
Lena Orpana (delvis), TCO
Lotta Sima, SVT
Magnus Forslund, SKL
Sascha Granberg, J++
Hampus Brynolf, Intellecta
Anders Hansson (delvis), Konjunkturinstitutet
Daniel Vencu Velasquez (delvis), SSU Stockholm
Lisa Thiel, KOM/LEDN, SCB
Cecilia Westström, KOM/LEDN, SCB
Lars Sjölander, sekreterare, KOM/LEDN, SCB

Frånvarande:

Albert Askeljung, UNDP
Gunnar Fors, Riksdagen
Martin Hofverberg, Hyresgästföreningen
Camila Salazar Atias, Fryshuset
Robin Linderborg, Datastory
Sara Brinkberg, KOM/DESIGN, SCB
Emma Luukka, KOM/SI, SCB
Daniel Persson KOM/US, SCB

1 Välkommen – SCB:s kommunikationschef Lisa Thiel

- a. Recap på SCB:s pågående strategiarbete och att fokus ligger på att SCB finns till för medborgarna.
- b. Arbetar via nio förädlargrupper
- c. Mer önskemål från användarna till SCB om ökat Ämnesfokus, Analys, Samarbete, Proaktiv, Synlig och Dialog

2 Hur når vi ut till fler vanliga medborgare?

Ordförande David Ståhlberg inleder om syftet med dagens workshops, och en kort omvärldsbetraktelse.

Hur kan SCB fortsätta vara relevant i en värld där alla har en röst?

Tips och tankar om olika format, några exempel: Fråga Lund, the Correspondent (en ny journalistisk plattform), Humans of XX (New York) på Facebook, Oslo universitet har ett forskningsmagasin – Apollon, Anekdot – det



digitala bildningsmagasinet, dr.dk – visualisering av folketingsvalet, roligt
 TED-talk om statistik och presentation av statistik
https://www.youtube.com/watch?v=piCQ3_tcRUQ

Olika exempel på hur omvandla fakta till intressant och förklarande innehåll som fler kan ta till sig, mycket väl begripligt. Tankar om hur vi kan mota de som inte ser att de behöver statistik genom att kontextualisera för medborgarna. Vad gör andra som vi kan lära oss av som inte är klick-journalistik?

- a) **Workshop 1 – Hur ökar vi vår relevans?** (Personaliserat? Lokalt? Förklarande? Samarbeten?) Vad ska vi INTE göra?
- a. Viss statistik är efterlängtat (t.ex. PSU), och därför förbereda och informera att den kommer och vad den är bra för. "Göra spinn." Bra SCB-exempel var nedräkning à la 10 miljoner svenskar-dagen.
 - b. Talesperson. Oberoende person från myndigheten? Banker kan ha oberoende chefekonomer, och kan uttala sig och göra bedömningar. Frågan om personen ska vara anställd av SCB eller oberoende med kunskap från SCB.
 - c. SCB bjuder in till debatt? För och emot-kompetens.
 - d. Fortsätta med roliga statistiknyheter (som exempelvis idag vanligaste namn). Kanske säsongrelaterat.
 - e. Förmedlare i form av lärare: ge lärarna stöd så de kan förklara. En mångfald av visualisering.
 - f. Är det en poäng att gå brett eller ska produkten sälja in sig själv?
 - g. SCB presenterar mycket idag, men det finns ingen person som presenterar siffrorna som någon har förtroende för.
 - h. Lite på SCB:s sajt som träffar "i bröstet" och som en medborgare kan relatera till själv om sin egen verklighet.
 - i. I vilken mån ska SCB ha en relation till medborgaren? Ska SCB ha rollen att "säga sanningen"? Eller är det vägen via förmedlare, och därmed gör en tolkning av statistiken?
 - j. Statistik om antal asylsökande utan förklaring och fördjupning på scb.se, vilket därigenom gör att SCB kan ses ta en ställning bara genom att ta beslut att publicera på detta sätt.
 - k. Varför ingen artikel som berättar om hur en kan fuska med statistik? Vad är statistik och hur kan SCB:s plattform användas?
 - l. SCB driver förtroendet för samhället och inte enbart statistiken vilket gör att SCB måste agera mycket försiktigt och trovärdigheten. Detta måste då vägas mot risken att SCB blir irrelevant.
 - m. SCB förknippas mer med försiktighet, och behöver kanske stå ut lite mer. Vissa effekter/risker/reaktioner måste SCB kunna (kris)hanteras.
 - n. För att bli relevant måste SCB kunna och vilja ta debatter. "Inte krypa in i sitt skal."
 - o. Människor ska använda SCB:s siffror, vilket kräver olika approach till olika grupper. T.ex- Unga på Instagram – starka berättelser (Anna är inte ensam – X har diabetes)

- i. Öka interaktivitet som personaliserar för den specifika medborgaren (t.ex. skriv in lön så placeras medborgaren i en graf för relevans)
- p. Vad säger egentligen en siffra? T.ex. 13 procent av befolkningen. Vad säger det? Om det ökar/minskar vad betyder det? Medborgarna kan inte sätta siffror in en kontext. SCB måste hjälpa förklara.
- q. Statistikskola!
- r. SCB måste finnas med tidigt i medborgarnas liv, och kontinuerligt (från välja skola till välja jobb osv osv)

b) Workshop 2 – Hur kan vi samskapa lösningar med medborgare?

- a. Hur ser statistiken ut för mig? Hur ser det ut på min gata?
- b. Jag vill ta fram min mobil där jag valt vilken statistik som är viktig och relevant just där jag bor – geografiskt ”på min gata i stan”. Individualiserat. Utgå ifrån det människor vill veta av oss. Inte bara vad SCB ”vill” berätta för medborgarna.
 - i. Hur mycket frihet finns det relativt styrande förordning? Metoder och variabler bestämmer SCB själva.
- c. Hur ställer vi frågan: Vad vill ni veta? i nya forum och till nya målgrupper?
- d. SCB blir paraply för SAM?
- e. Blir det positivt att medborgarna kan jämföra på detaljnivå? ”Svenska avundsjukan”.
- f. Bättre att kunna känna igen sig i sin stadsdelssiffra mer än kommunsiffran? Statistiken möjliggör att kunna se och förstå att faktiska skillnader föreligger.
- g. Finnas där medborgarna finns och prata statistik med de berörda direkt.
- h. KPI: tala om och ge svar på utanför livsmedelsaffär när en säger att ”Det har ju blivit så dyrt allting”. Vad säger statistiken om detta, och SCB ger svar direkt.
- i. För barn: Rösta om statistiknyheter.
- j. SCB kan inte fysiskt vara överallt, utan måste bygga kännedom. Upplevas vara Här och nu.
- k. Ask me anything. Chatt med statistiker. Fråga oss vad som helst, vi svarar på alla era frågor. Få en så bred grupp som möjligt att gå in och fråga. PR: SCB on tour. På statistiskt relevanta områden. Samkör med Skolverkets läroplan.
- l. Vad är relevant och vad vill folk veta, är en grundfråga. SCB kan ju faktiskt samla in: Vad undrar svenska folket?
- m. Hur ser SCB:s personal ut statistiskt? Något som går att nyttja? Ska alltid 60 hpl krävas för anställning eller större mix för att spegla medborgarna?
- n. Kanaler. Appar som kan användas för folkhälsa för att hitta närmaste butik med sockerfria produkter. Eller veta var en större mängd brott rapporterats i ett geografiskt område. Vilket bottnar i att medborgarna involveras.
- o. Finns en SCB-app? Med individualiserad statistik. Nej, och varför inte?

- p. SCB måste göra något med statistiken som medborgarna vill ha. Göra något roligt, viralt, reklam för vad som finns, Helst statistik som inte behöver bearbetas för gemene man.
 - q. ”Vi svarar på de här frågorna därför att....”. Så här har vi arbetat och resonerat för att få fram vårt underlag.
 - r. Vad händer om medborgare blir ansvariga för hur det ser ut i ett område? Är vi glatt naiva? Läger vi ansvar på medborgarna i de områden där statistiken ser ”dålig ut”?
 - s. Statistik visar något som beror på något. Därmed inte att SCB behöver vara oroad för att ”ta ansvar” utan att mer handlar om att SCB beskriver hur det ser ut.
 - t. Hur ska SCB agera ifall SCB blir mer relevanta än idag?
 - u. SCB rekommenderas göra:
 - i. SCB on tour: Vad är viktigt för dig?
 - ii. SCB app
 - iii. Definiera vilka målgrupper SCB vill nå – och testa material mot dessa
 - iv. Interaktiva data: ordna delbart material (befolkning, namn, inkomst osv)
 - v. Ask me anything
 - vi. Gör en rolig app för barn (korrelation mellan glass och höga temperaturer)
 - vii. Dagens graf: medborgarna ska kunna göra egna grafer på ett enkelt sätt.
 - viii. Modernisera Statistiskskolan
 - ix. Länka källor och kunna ”ta tag i” kniviga nationella frågor. Kan tolkas si och så. (Klimat, arbetslösheten, skolsegregationen osv)
 - x. Personalisera data och visualisera snyggt och tilltalande
 - xi. Aktivt samla in information som webbpaneler
 - xii. Peppa för statistikanvändning i skolan
 - xiii. Ödmjukhet gentemot andra aktörer och att SCB delar med sig av data
 - xiv. Tydlighet var gränsen går vad gäller tolkning
 - xv. Ta upp ”Skofelet” (KPI) 2008 i podden
- c) Workshop 3 – Hur kan vi mäta vår förflyttning?
- a. Kännedom, anseende, förtroende
 - b. Är SCB primär källa för statistiken?
 - c. Hårda faktorer vs mjuka värden. Kvalitet vs kvantitet
 - d. Fråga SAM hur SCB lyckas med samarbete?
 - e. Mäta om vi är bra på dialog?
 - f. Trovärdighet och relevans
 - g. Inte för många mått. Hitta 2-3 KPI:er (Key Performance Indicator) som hela SCB kan följa och relatera till.
 - h. Mäta ofta – hög frekvens
 - i. Vad händer i sociala medier?
 - j. Mäta bortfall/svarsfrekvens, göra bra statistik i kärnverksamheten, poddcast – hur många lyssnar färdigt?
 - k. Något mer snabbbrölrigt än anseende och förtroende

d) Summering av workshops

- a. Ledamöterna diskuterade och fick ge förslag i ett par steg. Förslagen nedan var särskilt återkommande:
- b. Vad ska SCB göra?
 - i. Bli bra på att se sig själva utifrån och samskapa sina lösningar tillsammans med medborgare. SCB behöver möta medborgare, särskilt där SCB idag har svårt att nå ut, för att tillsammans med dessa ringa in både statistikbehov och möjliga kommunikationssätt. Ett "SCB-on-tour" format föreslogs där SCB håller öppna fysiska möten på olika platser i landet.
 - ii. Göra statistiken mer interaktiv och personaliserad. Som medborgare behöver man kunna relatera till och "hitta sig själv i statistiken".
 - iii. Visualisera snyggare och mer kraftfullt. Publicera en "Dagens graf" som på ett attraktivt sätt visar utvecklingen inom ett valt statistikområde
 - iv. Öppna en digital always-on kanal där medborgare kan skicka in sina frågor (inspirerat av konceptet Ask-me-anything). Andra besökare kan ranka upp eller ner frågor och på så vis prioriteras statistikproduktion och kommunikation utifrån medborgares intresse.
 - v. Skapa lättillgängliga utbildningar kring hur statistik blir till. Modernisera Statistikskolan. Sprida detta material också till skolan.
 - vi. Undvika att tolka statistik

3 Övriga punkter

- Podden: På tal om siffror – hur marknadsföra?
 - o Rådet ombeds att lyssna på ett valfritt program och återkoppla tankar och tips
 - Sekreterare påminner inför mötet nummer 3 2019
- Långformat på webben
 - o Fördjupad analys. SCB söker frivilliga i rådet för att delta i referensgrupp. Diana Corman och Anders Hansson anmäler sig.
- Till nästa användarråd ska SCB/KOM återkoppla vad de tagit till sig av rådets förslag och återkopplingar.
- Nästa användarråd är fredag 11 oktober 2019

4 Mötes avslutades