



DANMARKS
STATISTIK

Kommunikations- og formidlingsstrategi

2018-2022



Kommunikations- og formidlingsstrategi 2018-2022

Kommunikations- og formidlingsstrategi 2018-2022

Udgivet af Danmarks Statistik

December 2018

Grafik på omslag af Danmarks Statistik

Pdf-udgave:

Kan hentes gratis på www.dst.dk/publ/KFstrategi

ISBN: 978-87-501-2319-4

Adresse:

Danmarks Statistik

Sejrøgade 11

2100 København Ø

Tlf. 39 17 39 17

E-mail: dst@dst.dk

www.dst.dk

© Danmarks Statistik 2018

Du er velkommen til at citere fra denne publikation.

Angiv dog kilde i overensstemmelse med god skik.

Det er tilladt at kopiere publikationen til privat brug.

Enhver anden form for hel eller delvis gengivelse eller mangfoldiggørelse af denne publikation er forbudt uden skriftligt samtykke fra Danmarks Statistik.

Kontakt os gerne, hvis du er i tvivl.

Når en institution har indgået en kopieringsaftale med COPY-DAN, har den ret til - inden for aftalens rammer - at kopiere fra publikationen.

Kommunikations- og formidlingsstrategi

Kommunikations- og formidlingsstrategi 2018-2022 beskriver vores strategiske mål for udviklingen af Danmarks Statistiks eksterne kommunikation frem mod 2022. Kommunikations- og formidlingsstrategien er et af midlerne til at realisere Danmarks Statistiks **Strategi 2022**, som bl.a. stiller krav om, at vi skal levere fakta til nyhedsstrømmen som modvægt til fx fake news og et stadigt mere uoverskueligt medie billede. Borgerne skal have nem adgang til vores uafhængige og kvalitetssikrede statistiske data og viden. Vi skal udnytte digitale muligheder i vores kommunikation, og gøre statistikken tilgængelig på de platforme og i den form, der er mest nyttig for vores brugere.



*Danmarks Statistik udvikler sin position som en central data- og vidensgenerator, der styrker forståelsen af samfundsforholdene.
- Strategi 2022*

Kommunikations- og formidlingsstrategien står ikke alene, men understøttes af strategier og handlingsplaner for digital publicering, sociale medier og presse. Den overordnede strategi og de tre delstrategier giver tilsammen et overblik over strategiske mål og konkrete aktiviteter i videreudviklingen af Danmarks Statistiks kommunikation og formidling.

Strategiens effekt vil blive vurderet på områder som fx udviklingen i vores omdømme i befolkningen, brugernes tilfredshed med vores kommunikation og formidling samt på brugen af vores services.

Kommunikations- og formidlingsstrategi 2018-2022 beskriver, hvordan vi kommunikerer med vores målgrupper. Strategien med tilhørende delstrategier er et vigtigt redskab for alle ansatte i Danmarks Statistik i vores daglige prioriteringer og kommunikation med brugerne af statistikken.

Strategien revideres hvert andet år.

Vision og mål

Danmarks Statistiks historie går tilbage til demokratiets indførelse, og institutionens hovedformål er at understøtte et levende demokrati med meningsfuld og upartisk statistik. Dette gør vi ved faktisk og forståeligt at belyse strukturer og udviklingen i samfundet og dermed danne grundlaget for beslutninger, samfundsplanlægning, evaluering, debat og forskning. For at fremtidssikre løsningen af denne opgave skal vores kommunikation udvikles og forbedres – i takt med nye behov og den digitale udvikling.



Vi leverer viden, der underbygger beslutninger, debat og forskning.

- Strategi 2022

Kommunikations- og formidlingsstrategien opstiller på denne baggrund tre strategiske kommunikationsmål, hvoraf det tredje mål er afledt af brugernes behov (mål nr. 2):

- 1. Vi er synlige og leverer relevante input til samfundsdebatten*
- 2. Vores kommunikation er tilpasset brugernes behov*
- 3. Vi udnytter digitale muligheder i vores kommunikation*

For at kunne indfri disse målsætninger skal vi ikke blot præsentere tallene, men også sætte dem i perspektiv gennem sammenligninger og uddybende analyse og vise sammenhænge på tværs af statistikkerne. Vi skal publicere i de formater og på de platforme, der er mest relevant for vores brugere.

Videreudviklingen af vores kommunikation skal støtte disse målsætninger.

Det er et fælles ansvar for alle medarbejdere i Danmarks Statistik, at målsætningerne indfries. Formidlingscenter har ansvaret for, at kommunikations- og formidlingsstrategien er kendt, samt at der løbende følges op på den.

Værdierne i vores kommunikation

Danmarks Statistik er den centrale danske statistikproducent og har ansvaret for at producere og kommunikere officiel statistik om samfundet og samfundsudviklingen. Kommunikationen i Danmarks Statistik baserer sig på organisationens syv kerneværdier, som også afspejler de internationale principper for troværdig, officiel statistik, som er vedtaget i EU og FN, herunder Code of Practice for statistikbureauer.

De syv kerneværdier er her beskrevet i en kommunikationskontekst.

UAFHÆNGIGHED

Tal, analyser og kommentarer formidles uafhængigt af politiske og økonomiske interesser. Offentliggørelse af nye tal forudannonceres, og vi sikrer, at alle har adgang til resultaterne på samme tid.

TROVÆRDIGHED

Vi skal sikre, at tallene er veldokumenterede, af høj kvalitet og følger internationale standarder. Vores formidling af statistikken skal være så faktuel og objektiv som mulig. Vi vinkler alene på resultaterne.

DATASIKKERHED

Statistikken publiceres og omtales, så ingen oplysninger kan føres tilbage til enkelte virksomheder eller personer.

BRUGERORIENTERING

Vi er løbende i dialog med vores brugere, og vi inddrager systematisk deres feedback i udviklingen af vores kommunikation, så vi sikrer, at den svarer til deres behov. Vi tilbyder aktivt brugerne relevante statistikker til den aktuelle samfundsdebat.

FORANDRINGSEVNE

Vi tilpasser løbende vores måde at kommunikere på til de forskellige målgrupper, situationer, formater og platforme.

HELHEDSORIENTERING

Vi sikrer, at vores kommunikation er relevant og relaterer sig til det, der sker i samfundet - både globalt og nationalt. Vi kommunikerer analytisk, perspektiverende og på tværs af fagområder og lande.

ÅBENHED

Vi sørger for, at det er til at finde, forstå og bruge statistikkerne. Der er fuld åbenhed om eventuelle fejl i de tal, vi offentliggør. Fejl rettes hurtigst muligt og markeres tydeligt. Fra alle statistikkerne er der adgang til dokumentation af metode, kvalitet og begreber.

Kommunikationsmål 1

VI ER SYNLIGE OG LEVERER RELEVANTE INPUT TIL SAMFUNDSDEBATTEN

Danmarks Statistik ønsker at understøtte samfundsdebatten ved at byde ind med vores statistiske data og viden. Vi bringer både ny og eksisterende viden og data i spil for at styrke den demokratiske debat.

Vi bidrager til samfundsdebatten, hvor og hvornår det er relevant. Dette kræver blandt andet, at vi hurtigt kan levere relevante statistikker der er tilpassede, tilgængelige og perspektiverende.

Vi skal derfor

1. Overvåge nyhedsstrømmen og byde aktivt ind med fakta i samfundsdebatten
2. Være tilgængelige med fakta der hvor borgerne befinder sig - fx på sociale medier og events
3. Have en fleksibel redaktionel arbejdsform, der kan byde ind med fakta fra dag til dag
4. Kommunikere analytisk, perspektiverende og på tværs af statistikområder så det relaterer sig til samfundsdebatten
5. Synliggøre medarbejdernes statistikfaglige viden
6. Øge medarbejdernes kommunikationskompetencer og evne til at tænke på tværs af statistikområder

Kommunikationsmål 2

VI TILPASSER OS BRUGERNES BEHOV

Danmarks Statistik skal være den foretrukne faktaleverandør på de områder, hvor vi udarbejder statistik. Vi skal derfor have et solidt kendskab til brugernes behov for statistiske data og viden, så vi bedst muligt kan imødekomme dem.

Vi laver brugertest af løsninger og har en løbende dialog med vores forskellige brugere, for at kende deres behov og anvendelse af vores kommunikationsprodukter bedst muligt.

Det er en selvstændig strategisk målsætning, at vi skal engagere os endnu stærkere med brugerne og udvikle vores kommunikation løbende på baggrund af deres adfærd og feedback.

Vi skal derfor

1. Øge vores kendskab til brugerne ved at:
 - Styrke dialogen med brugerne gennem fx brugertest
 - Identificere brugernes behov ved fx brugertests af løsninger
 - Analysere brugernes adfærd
2. Basere udviklingen af vores kommunikationsformater og -kanaler på vores kendskab til brugernes ønsker, behov og adfærd
3. Gøre vores data mere tilgængelige for vores brugere og være til stede i de fora, hvor vores brugere færdes og kommunikerer
4. Udvikle vores kommunikation så den er let at forstå
5. Forbedre sammenhængen mellem tal og dokumentation

Kommunikationsmål 3

VI UDNYTTER DIGITALE MULIGHEDER I KOMMUNIKATIONEN

Danmarks Statistik skal udnytte de digitale muligheder og modernisere vores kommunikation, så brugerne nemt kan finde, forstå og navigere rundt i det indhold, der er relevant for dem og løbende holde sig opdateret med den nyeste statistik. Det skal være muligt for brugere med forskellige behov at få et overblik over den data og viden, der findes om et givet emne. Statistikken skal formidles på flere niveauer tilpasset såvel nye som øvede statistikbrugere.

Vi kommunikerer med brugerne på de kanaler, de foretrækker og stiller vores digitale indhold og services til rådighed.

Danmarks Statistiks medarbejdere spiller en central rolle i vores faglige formidling, og vi skal bidrage til at styrke deres formidlingskompetencer og faglige netværk på fx sociale medier

Vi skal derfor

1. Skabe løsninger, som løbende kan tilpasses brugernes behov
2. Skabe sammenhæng mellem relateret indhold på tværs af kanaler
3. Øge vores brug af visuel og interaktiv kommunikation, der giver brugerne et større udbytte af statistikken
4. Tilpasse vores kommunikation til mobile platforme
5. Gøre det nemt og attraktivt at dele, kombinere og bruge vores indhold
6. Understøtte medarbejdernes faglige formidling ved at hjælpe til at styrke deres faglige netværk og formidlingskompetencer

Målgrupper og brugerprofiler

Danmarks Statistik ønsker at komme bredt ud til alle typer af brugere i hele befolkningen, så vi kan leve op til vores mål om at levere data og viden, der underbygger beslutninger, debat og forskning. Vi tilstræber, at vores digitale løsninger er anvendelige for så mange målgrupper som muligt og kan imødekomme en stadig mere fragmenteret og individualiseret brug.

Pressen videreformidler Danmarks Statistiks indhold og er dermed både målgruppe og kanal til at komme bredt ud. Derfor prioriteres pressen højt i formidlingen af vores udgivelser, idet målet er at nå effektivt ud til vores slutbrugere.

Ministerier, organisationer og analytikere er de væsentligste direkte slutbrugere af Danmarks Statistiks ydelser. Det er gennem disse, der sker den samfundsmæssigt bredeste anvendelse af vores statistikker, enten fordi de indgår i centrale beslutninger, redegørelser eller evalueringer.

Vores kommunikation skal på den baggrund rettes mod følgende målgrupper:

- *Pressen*
- *Ministerier, organisationer og analytikere*
- *Virksomheder, kommuner og undervisningssektoren*
- *Befolkningen*

Målgrupperne har forskellige behov i forhold til statistikkens detaljeringsgrad, brug af dokumentation og mulighed for viderebearbejdelse af data. Vores kommunikation og løsninger skal tilpasses disse forskellige behov. Derfor har vi delt brugerne op i fire profiler for at have et udgangspunkt for udarbejdelse af kommunikationsløsninger og valg af kanaler, som er afstemt medbrugernes forskellige forudsætninger.

Alment interesserede	Særligt interesserede	Fagpersoner	Analytikere
<ul style="list-style-type: none"> • Alle som møder DST gennem nyhedsstrømmen • Alle samfundsinteresserede borgere 	<ul style="list-style-type: none"> • Leder aktivt efter fakta • Har ingen særlige forudsætninger • Fx journalister, studerende og politikere 	<ul style="list-style-type: none"> • Bruger systematisk tal fra DST • Kan selv sammensætte og trække data • Fx specialister, fagpressen og embedsmænd 	<ul style="list-style-type: none"> • Har statistikforståelse • Kan trække og bearbejde kompliceret data • Fx forskere, storbrugere og analyseafdelinger

	Alment interesserede	Særligt interesserede	Fagpersoner	Analytikere
Overbliksskabende indhold fx interaktive kort, infografikker og figurer				
Kommenteret statistik fx pressemeddelelser, nyhedsbreve, analyser, emnesider og publikationer				
Data - statistikbanken.dk databaseudtræk - bearbejdede aggregerede data				
Data - mikrodatabank databaseudtræk - ubearbejdede mikrodatabank				

Evaluering af Kommunikations- og formidlingsstrategi 2018-2022

For overordnet at kunne vurdere om kommunikations- og formidlingsstrategiens målsætninger realiseres, opstilles en række indikatorer, som der skal følges op på i strategiperioden. Disse indikatorer peger alle mod realiseringen af Danmarks Statistiks [Strategi 2022](#).

De underliggende strategier inden for digital publicering, presse og sociale medier skal ligeledes opstille ambitiøse og relevante målsætninger, som understøtter opfyldelsen af den overordnede kommunikations- og formidlingsstrategis indikatorer.

Indikatorer

1. Danmarks Statistiks generelle omdømme i befolkningen
2. Pressens tilfredshed med vores ydelser, åbenhed og tilgængelighed
3. Andre centrale brugergrupperes tilfredshed med vores ydelser, åbenhed og tilgængelighed
4. Brugernes anvendelse af vores services



**DANMARKS
STATISTIK**

Danmarks Statistik
Sejrøgade 11
2100 København Ø

Tlf. 39 17 39 17
dst@dst.dk
www.dst.dk