

# Kommunikationsstrategi 2025



## Kommunikationsstrategi 2025

Udgivet af Danmarks Statistik, 2022

Fotos: Martin Sylvest og Colourbox

ISBN 978-87-501-2410-8 (print)

ISBN 978-87-501-2411-5 (digital)

Danmarks Statistik  
Sejrøgade 11  
2100 København Ø  
Tlf. 39 17 39 17

dst@dst.dk  
www.dst.dk

© Danmarks Statistik 2022  
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

# FORMÅL

Kommunikationsstrategi 2025 beskriver Danmarks Statistiks strategiske mål for udviklingen af vores eksterne kommunikation frem mod 2025 og er et af midlerne til at realisere Danmarks Statistiks Strategi 2025. I Strategi 2025 indgår visionen om, at Danmarks Statistik skal være den foretrukne kilde til troværdig viden om samfundet i en tid, hvor man som borger hver dag skal navigere i en uoverskuelig og potentielt misvisende strøm af tal og fakta, og hvor man ikke kan være sikker på, at statistik og analyser er troværdige og løsrevet fra specifikke interesser.

**”Vi er den foretrukne kilde til troværdig viden om det danske samfund”**

Som borger, virksomhed eller myndighed møder man Danmarks Statistik på mange forskellige måder. Man kan læse om vores statistik i dagspressen, møde os på sociale medier, selv søge oplysninger hos os, bruge os i sit arbejde eller møde os, når vi efterspørger de oplysninger, som vi baserer vores statistik på. Det stiller krav til vores evne til at kommunikere med og til forskellige målgrupper i forskellige situationer.

Kommunikationsstrategien giver et overblik over vores strategiske kommunikationsmål og indsatser i videreudviklingen af Danmarks Statistiks eksterne kommunikation, herunder kommunikation til og med vores forskellige målgrupper.

Kommunikationsstrategien er fælles for Danmarks Statistik som organisation, og det er et fælles ansvar, at strategien og dens målsætninger indfries.

# MÅL

Danmarks Statistiks historie går tilbage til demokratiets indførelse i Danmark, og vores statistik og data understøtter et levende demokrati og en velfungerende samfundsøkonomi.

## ”Vi er den nationale leverandør af uafhængig statistik og data til samfundet”

Danmarks Statistik arbejder for, at beslutninger på alle niveauer – fra landspolitik til den enkelte virksomhed og borger – kan ske på grundlag af troværdige og objektive fakta, og vi danner dermed også grundlag for samfundsplanlægning og styring, evaluering, debat og forskning.

For at fremtidssikre vores løsning af denne opgave vil vi udvikle og forbedre vores

kommunikation med blik for brugernes og dataleverandørernes nye behov og mulighederne i den digitale udvikling. Kommunikationsstrategien opstiller på denne baggrund fire strategiske kommunikationsmål.

1. Vi er synlige og leverer relevant input til alle niveauer i samfundet
2. Vi kommunikerer med fokus på forskellige målgrupper og deres behov
3. Vi styrker forståelsen af statistik, evnen til at bruge den og til at navigere i fakta og fake news
4. Vi synliggør de muligheder, som alle har for at få skræddersyet statistik, undersøgelser og dataservice.

# VÆRDIERNE I VORES KOMMUNIKATION

Kommunikation i Danmarks Statistik baserer sig på organisationens fem værdier, som også afspejler de internationale principper for troværdig, officiel statistik, der er vedtaget i EU og FN, herunder Code of Practice for nationale statistikbureauer.

De fem kerneværdier er her beskrevet i en kommunikationskontekst:

## Troværdighed

Vi sikrer, at vores tal er veldokumenterede, af høj kvalitet og følger internationale standarder. Danmarks Statistik er uafhængig og upartisk. Vi er bevidste om, at vores kommunikation også fremstår sådan, og vi har fokus på at opretholde eller styrke vores troværdighed gennem vores kommunikation.

## Åbenhed

Vi deler vores viden og sørger for, at det er nemt at finde, forstå og bruge vores statistikker og data. Vi er åbne om fejl i vores udgivelser. Fejl rettes hurtigst muligt og markeres tydeligt. Fra alle statistikker er der adgang til dokumentation af metode, kvalitet og begreber. Det er nemt at finde vej til den relevante medarbejder.

## Brugerfokus

Vi kommunikerer med udgangspunkt i vores brugeres behov og på de kommunikationskanaler og -platforme, der er mest relevante for dem. Vi er i dialog med brugerne og inddrager feedback fra vores forskellige målgrupper i vores kommunikation. Vi tilbyder samfundet relevant statistik og data, der kan understøtte beslutninger og den aktuelle demokratiske samtale.

## Forandringsevne

Vi tilpasser løbende vores måde at kommunikere på til forskellige målgrupper, situationer, formater og platforme. Vi afsøger nye muligheder for at dække samfundets skiftende behov og arbejder for, at flere kan få nytte af vores statistik og data.

## Dataansvarlighed

Vi har fokus på og kommunikerer om data-sikkerhed. Vores statistik og andre udgivelser publiceres og omtales, så oplysninger ikke kan føres tilbage til enkelte virksomheder eller personer.

# KOMMUNIKATIONSMÅL

## KOMMUNIKATIONSMÅL 1

### Vi er synlige og leverer relevant input til alle niveauer i samfundet

Danmarks Statistik ønsker at være den foretrukne kilde til troværdig viden om samfundet. Det forudsætter, at vi er synlige og løbende arbejder med vores gennemslag. Vi giver værdi og skaber relevans ved at skabe overblik og sammenhænge på tværs af statistikområder.

#### Danmarks Statistik vil derfor:

1. Være tilgængelig med statistik, data og fakta, der hvor borgerne og de professionelle brugere befinder sig og udvikle vores evne til at kommunikere på en letforståelig måde
2. Monitorere nyhedsstrømmen og byde ind med fakta, hvor vi upartisk kan berige den demokratiske samtale
3. Kommunikere analytisk, perspektiverende og på tværs af statistikområder, så det relaterer sig til samfundsrelevante problemstillinger, herunder også i internationale sammenhænge
4. Være til stede og være relevant på et bredt spekter af kommunikationskanaler og løbende vurdere, om vi benytter de rette kanaler
5. Kommunikere om betydningen af, at Danmarks Statistik modtager gode data og nye datatyper for fortsat at kunne belyse samfundets udvikling.

# KOMMUNIKATIONSMÅL 2

## Vi kommunikerer med fokus på forskellige målgrupper og deres behov

Danmarks Statistik skal være den foretrukne leverandør af fakta på de områder, hvor vi udarbejder statistikker eller tilbyder skræddersyede løsninger og undersøgelser. Vi skal derfor have et solidt kendskab til brugernes behov for statistik, data og viden, så vi bedst kan imødekomme dem. Vi vil være den samlede indgang til officiel statistik og gøre anvendelsen heraf nem.

I Strategi 2025 er det et mål, at vi styrker samarbejdet med vores interessenter og brugere. Vi inddrager vores interessenter i arbejdet med at udvikle gode løsninger, vi tester gerne nye muligheder, når der er potentiale for at gøre det bedre, og vi værdsætter feedback – også når den er kritisk.

Danmarks Statistiks målgrupper og årsagen til, at disse er i kontakt med os, er vidt for-

skellig. Borgere og virksomheder, som deltager i undersøgelser og dataindsamlinger, har ikke selv opsøgt os. Derfor bestræber vi os på i kontakten med disse to målgrupper at gøre deres interaktion med os så smidig som muligt, og vi kommunikerer, at vi værdsætter deres indsats, og at den har stor værdi.

Trods de mange målgrupper og formål bestræber Danmarks Statistik sig på at fremstå som en samlet, professionel og troværdig organisation.

### Danmarks Statistik vil derfor:

1. Øge vores kendskab til vores målgrupper gennem brugerundersøgelser, dialog, brugertest af løsninger, adfærdsanalyser, brugerrejser o.l. og basere udviklingen af vores kommunikationsformater og -kanaler herpå
2. Videreudvikle og modernisere vores digitale platforme med fokus på forskellige målgrupper, herunder løft af dst.dk, Statistikbanken, vores dataservice og indberetningsløsninger
3. Udvikle vores sprog, så det er let at forstå og tilpasset vores forskellige kommunikationskanaler og målgrupper
4. Bruge visuel og interaktiv kommunikation, der giver brugerne et større udbytte af statistikken
5. Udvikle vores selvbetjeningsløsninger, så vi gør det lettere for kunder og deltagere i undersøgelser og dataindsamlinger at opnå adgang og få hjælp.

## KOMMUNIKATIONSMÅL 3

### Vi styrker forståelsen af statistik, evnen til at bruge den og til at navigere i fakta og fake news

Borgerne støder i dag på mange forskellige leverandører af statistik og data – ikke mindst i medielandskabet. Som uafhængig og officiel statistikmyndighed har Danmarks Statistik et særligt ansvar for at understøtte, at borgerne ved, hvor de kan finde troværdig og kvalitetssikret statistik og give dem mulighed for at kunne forholde sig kritisk til de tal, de møder.

Vi vil herunder have fokus på at nå især to målgrupper: Unge, da denne målgruppe er særligt relevant at lære at navigere i fakta. Det er en målgruppe, som Danmarks Statistik indtil nu ikke har haft meget fokus på, og vi ser her et stort potentiale. Den anden målgruppe i fokus er journalister, som er videreformidlere af vores statistik, og medierne er den mest effektive kanal i forhold til at nå bredt ud til befolkningen. Derfor er det vigtigt, at journalister er klædt på til at forstå statistik.

#### Danmarks Statistik vil derfor:

1. Gøre en særlig indsats for at nå unge
2. Sikre synlighed blandt borgere omkring vores statistik, så flere kan få nytte af den
3. Uddanne og efteruddanne journalister for herigennem at nå den brede befolkning
4. Være behjælpelig med svar, bl.a. gennem Informationservice og i pressen.

## KOMMUNIKATIONSMÅL 4

### Vi synliggør de muligheder, som alle har for at få skræddersyet statistik, undersøgelser og dataservice

Som officiel statistikleverandør og den eneste leverandør af en lang række data har Danmarks Statistik en særlig forpligtelse til at sikre, at samfundet har mulighed for at gøre optimalt brug af de statistikker og oplysninger, vi indsamler og bearbejder. Vi skal derfor i vores kommunikation tage højde for, at såvel nuværende som potentielle kunder kan finde frem til de løsninger, som Danmarks Statistik tilbyder. Det vil ske med respekt for, at Danmarks Statistik i sin samlede kommunikation og omdømme fortsat fortrinsvist fremstår som national statistikleverandør og myndighed.

Samtidig er vi bevidste om, at de opgaver, vi udfører skal bidrage positivt til Danmarks Statistiks samlede omdømme.

#### Danmarks Statistik vil derfor:

1. Styrke kommunikationen om, hvad vi tilbyder af individuelle løsninger og synliggøre den samfundsmæssige værdi, de har
2. Optimere, systematisere og til dels automatisere Danmarks Statistiks kommunikation og interaktion med både eksisterende og potentielle kunder
3. Være transparente og konsistente omkring, hvilke opgaver Danmarks Statistik kan udføre og vores kompetencer som statistikbureau
4. Klart og tydeligt kommunikere, hvilke retningslinjer og vilkår der gælder for individuelle løsninger, herunder vores prissætning.

# MÅLGRUPPER

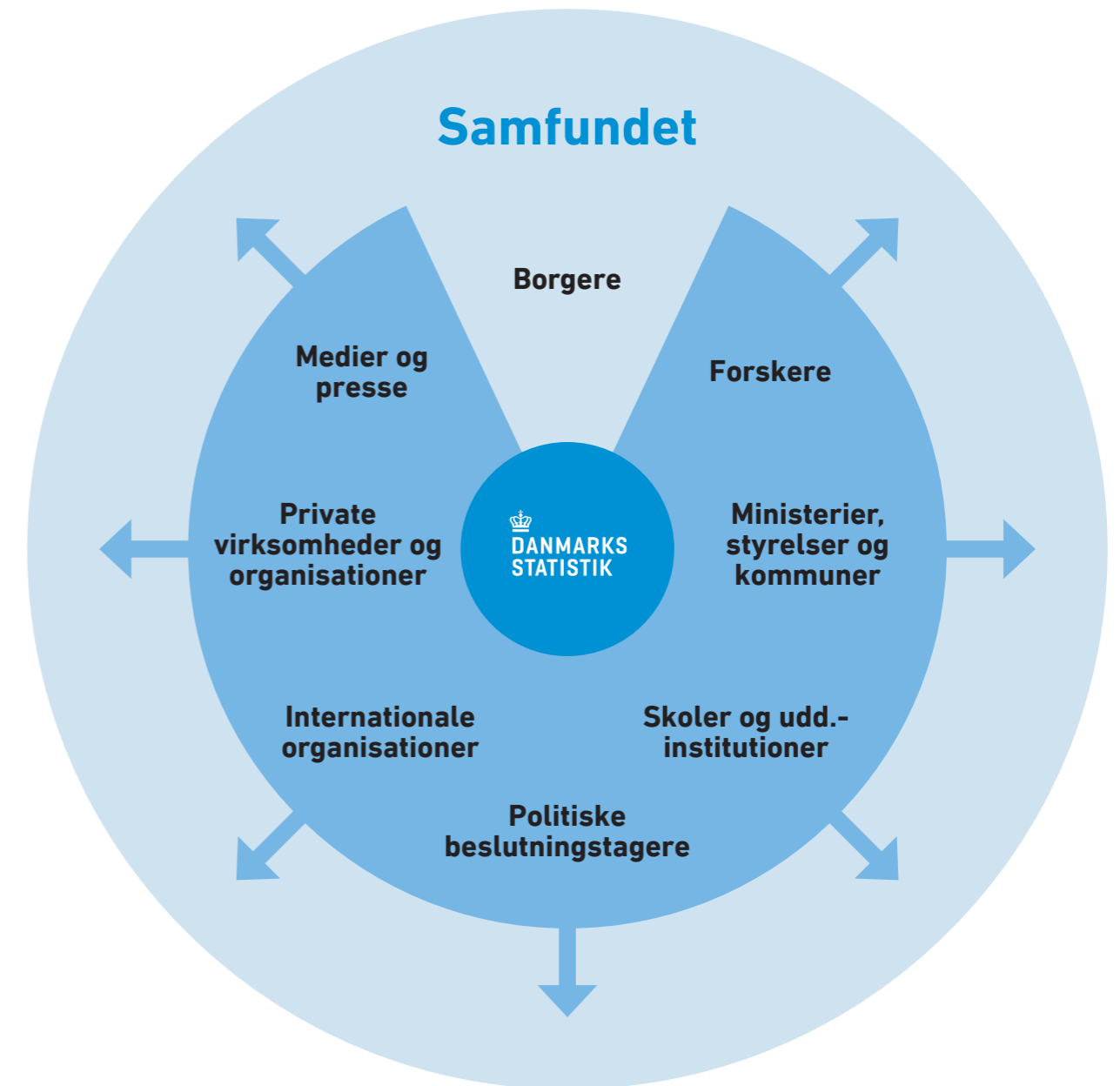
Danmarks Statistik er til for hele samfundet. Vi kommunikerer overordnet til to forskellige typer af målgrupper: Dem, der bruger vores statistik og data, og dem, der leverer data og svarer på spørgsmål som input til statistikker og undersøgelser.

Dem, som bruger vores statistik og data omfatter:

- Borgere
- Ministerier, styrelser og kommuner
- Politiske beslutningstagere
- Skoler og uddannelsesinstitutioner
- Forskere
- Internationale organisationer
- Private virksomheder og organisationer
- Medier og presse

Virksomheder, myndigheder og borgere, der leverer data som input til statistikkerne, er tilsvarende vigtige målgrupper, som vi kommunikerer med.

Gennem de målgrupper, der bruger vores statistik og data, skabes værdi til hele samfundet. De ses i figuren til højre.



# BRUGERPROFILER

De målgrupper, som bruger vores statistik og data, har forskellige behov og forskellige forudsætninger for at forstå og bruge statistik. Det skal vores kommunikation og kommunikationskanaler kunne understøtte. For at kunne arbejde systematisk ud fra Danmarks Statistiks brugeres behov tager vi afsæt i fire forskellige ordnede brugerprofiler, når vi kommunikerer og udvikler nye kommunikationskanaler.

## De fire brugerprofiler

Alment interesserede	Særligt interesserede	Fagpersoner	Analytikere
<ul style="list-style-type: none"> <li>Møder Danmarks Statistik gennem medier og andre publiceringer</li> <li>Fx borgere</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Leder aktivt efter fakta</li> <li>Har ingen særlige forudsætninger</li> <li>Fx medier og presse, skoler og uddannelsesinstitutioner, politiske beslutningstagere</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bruger systematisk tal fra Danmarks Statistik</li> <li>Kan selv sammensætte og trække data</li> <li>Fx ministerier, styrelser og kommuner, private organisationer og virksomheder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Har statistik- og dataforståelse</li> <li>Kan bearbejde og analysere dokumenterede datamaterialer</li> <li>Fx forskere</li> </ul>

## De fire brugerprofilers behov

	Alment interesserede	Særligt interesserede	Fagpersoner	Analytikere
<b>Overbliksskabende indhold</b> Fx interaktive kort, infografikker og figurer	■	■	■	■
<b>Kommenteret statistik</b> Fx pressemeddelelser, Bag Tallene, Nyt fra Danmarks Statistik, analyser, emnesider og publikationer	■	■	■	■
<b>Statistik</b> Fx statistikbank og viderebehandling af API-udtræk, bearbejdede aggregerede data	■	■	■	■
<b>Data – mikrodata</b> Fx populationsafgrænsninger og analyse på basis af afidentificerede mikrodata	■	■	■	■

# EVALUERING

For at kunne vurdere om Kommunikationsstrategi 2025 bliver realiseret og har den ønskede effekt, opstilles en række indikatorer, som der følges op på i strategiperioden.

### Indikatorer

- Danmarks Statistiks omdømme i befolkningen
- Journalisters tilfredshed med vores ydelser, åbenhed og tilgængelighed
- Centrale brugergruppers tilfredshed med vores ydelser, åbenhed og tilgængelighed

- Brugernes anvendelse af vores indhold og ydelser
- Tilkendegivelser fra dialog med brugere – fx i forskellige brugerfora og via sociale medier
- Kunders tilfredshed med vores ydelser og produkter
- Virksomheders tilfredshed med vores indberetningsløsninger og hjælp til indberetning.



