

AnnaCarin Paavo (sekreterare)
SCB, enheten för kommunikation

Möte i SCB:s användarråd för kommunikation 15 maj 2025

Närvarande:

- Åsa Olsson, Formas, ordförande
- Alexandra Kopf Axelman, Sveriges Kommuner och Regioner
- Clara Guiborg, Sveriges Radio
- Johan Bahlenberg, Fastighetsnytt
- Rodolfo Alvarez, Region Stockholm
- Suzan Hourieh Lindberg, Perspetivo

Från SCB (kommunikationsenheten om inget annat anges)

- AnnaCarin Paavo
- Elma Jakupovic
- Karin Hedman
- Sara Brinkberg
- Susanne Daregård (punkt 7)
- Tomas Lauffs (punkt 7)

Frånvarande:

- Alicia Fagerving, Wikimedia
- Martin Olsson, Newsworthy
- Sherko Alemdar, Socialstyrelsen

2 Godkännande av dagordningen

Dagordningen godkändes.

En övrig fråga anmäldes, om hur det gått med samarbetet om AI mellan SCB och Örebro Universitet.

3 Mötesanteckningar från föregående möte

[Mötesanteckningarna från mötet 1 oktober 2024](#)

Inga frågor eller synpunkter framfördes.

4 Presentation av deltagarna

Gamla och nya medlemmar presenterade kort sig själva och vilka organisationer de representerar.

5 Aktuellt från SCB våren 2025

Underlag bifogades inbjudan till mötet.

Karin Hedman redogjorde översiktligt för

- SCB:s uppgifter
 - Utveckla, framställa och sprida officiell statistik och annan statlig statistik
 - Samordna systemet för den officiella statistiken
- Syftet med användarråden
 - Syftet med användarråden är att skapa ett system med organiserade användarkontakter. På så sätt får SCB kunskap om nya och förändrade statistikbehov och kan också förankra förändringar i statistiken hos viktiga användare.
 - Användarråden bildar ett nätverk för information, där SCB får spridning och respons på idéer och planer.
 - Två av användarråden behandlar horisontella frågor; kommunikation och regional statistik. De ska ge råd till SCB när det gäller hur den anslagsfinansierade statistiken kommuniceras samt hur den regionala dimensionen beaktas i den officiella statistiken.
 - [Alla mötesanteckningar från råden finns på scb.se.](#)
- Hur SCB är organiserat (se [organisationsschema](#))
- SCB:s vision – *Vi ger samhället användbar statistik att lita på*
- [SCB:s strategi 2025-2030 \(strategin finns längst ner på sidan\)](#)

(Power Point-presentation bifogas mötesanteckningarna för rådsmedlemmarna)

Kommentarer från SCB:

- Den nya visuella identiteten som presenterades vid förra rådsmötet har nu rullats ut, bland annat på [scb.se](#).
- AI-kommissionen lämnade sitt förslag i höstas och det är ute på remiss, svar ska lämnas i juni månad. SCB föreslår

där bland annat få en större roll som "datasteward", men vad det skulle innebära för SCB är inte klart. Ett remissvar från SCB är på gång.

- SCB:s målgrupper har analyserats, och utifrån det är en policy/riktlinje för kommunikation under arbete. En policy behövs bland annat när vi ska diskutera kommunikation med övriga verksamheten, och reda ut hur vi ska nå de olika målgrupperna på bästa sätt.
- PX-Web – ett samarbetsprojekt med norska statistikbyrån (SSB), där vi vidareutvecklar gränssnitten gentemot våra respektive statistikdatabaser. Målet är ökad tillgänglighet enligt de krav som finns, bland annat WCAG, och åtminstone en Beta-version ska finnas i slutet av september. Idag är en tabell ganska många klick bort, det kommer bantas så att man snabbare får ett resultat/en tabell som man sedan kan bearbeta och "vända och vrida" på. PX-Web är open source med ganska många användare i Sverige och världen.
- Ett nytt och bättre strukturerat API som ska vara enklare att jobba med, släpps tillsammans med den nya versionen av PX-Web.
- En förbättring av produkt-/undersökningssida där allt material kring en undersökning samlas är också på gång. Vi ska, bland annat med hjälp av användarintervjuer och tester, göra materialet mer tillgängligt och förenkla för användarna att hitta det de söker.
- Ett arbete pågår också internt med att förenkla och effektivisera publiceringsprocessen, så att statistikerna i högre utsträckning ska kunna publicera sina produkter själva. Flera pilotprodukter har körts under våren innan en större utrullning av kan ske i höst och våren 2026.
- Vi tittar även över hur vi ska jobba redaktionellt, vilka format och kanaler ska vi ha? Var behöver vi skruva på formaten?
- AI-utbildning för alla medarbetare på kommunikationsenheten är inplanerad.

Kommentarer från användarrådet:

- Tänk på kommuner och regioner också när det gäller datainsamlingen i det strategiska målet!
- Hur väl mäter ni er själva på de strategiska målen? Svaret blev att vi inte är tillräckligt bra, men att vi ändå arbetar mer med det än många organisationer, det ser lite olika ut på olika områden. Rådet vill gärna höra mer om hur vi hämtar hem effekter, och hur vi följer upp, då kraven på mätbarhet är större nu än tidigare.
- Nya visuella uttrycket snyggt!

6 Workshop: Rådets roll, bidrag och stöd till SCB

En kortare workshop om arbetssätt eftersom det nu finns nya deltagare i rådet: Vad kan jag förvänta mig? Vad kan jag bidra med? Vilka förutsättningar behövs för att kunna bidra på ett bra sätt?

Vi träffas minst 2 gånger per år, lite beroende på vilka ämnen som är aktuella.

Kommentarer från SCB:

Finns det ämnen som ni tycker vi borde tänka på och ta upp på rådsmöten? SCB försöker lyfta de frågeställningar där vi tror att vi kan få bra input från rådet, men lyft gärna också sådana frågor som ni tycker att SCB skulle må gott av att fundera kring.

Viktigt att tänka på att kontakt faktiskt kan tas mellan mötena.

Bra blandning av kompetenser i rådet.

Kommentarer från användarrådet:

- Vill komma in i rollen och se potentialen i samarbetet, då det är många spännande medlemmar runt bordet med mycket olika erfarenheter.
- Vill lära nytt, men också bidra med erfarenheter i form av nulägeskoll, "örat mot marken".
- Vill gärna att rådet är tydligt med vad jag kan bidra med.
- När det händer saker på SCB, som exempelvis införandet av CKM (en metod för röjandehantering), kan det medföra

följdverkningar hos andra organisationer, då är det bra om sådana frågor står på dagordningen och kan diskuteras innan ”det är för sent”. Det är heller inte omöjligt att ta kontakt mellan möten.

- Stor kompetens finns på SCB när det gäller demografisk data. Men responsdata behöver SCB bli bättre på, där tror jag vi kan bidra med tips, liksom inom området inkluderande kommunikation.
- Möjlighet finns att samla in synpunkter från flera användare och delge dem till rådet, via kontakter med många som jobbar med SCB-data. Då är det bra om man fått frågeställningarna som ska tas upp innan mötet.
- Omfattande erfarenhet finns i rådet av journalistisk användning av SCB:s statistik och Statistikdatabasen (SSD).
- I rådet finns erfarenhet av perspektivet region – myndighet men även medborgare – myndighet, och arbete med att nå exempelvis målgrupperna unga och utlandsfödda, liksom AI-perspektivet, det digitala perspektivet och sociala medier.
- Det är bra att få underlag i förväg. Formulera tydligt vilken input ni vill ha. Kanske en demo om hur man som användare använder statistik och databaser.
- Lajva en journalist som använder SCB:s statistik.
- Digitaliseringsfrågan är mycket intressant, finns exempel på ett datadrivet arbetssätt som skulle kunna presenteras i rådet? Hur når ni väldigt små kommuner som kanske inte har en enda analytiker?
- Tid för diskussion är viktigt!

7 Pressarbetet mot nya mål

Presentation av SCB:s pressansvariga Susanne Daregård och Tomas Lauffs, SCB

Se även Power Point: 240515_Användarrådet för kommunikation_utskick.pdf

Kommentarer från SCB:

- Vi syns mer och mer i media, många journalister vet vad som är på gång och vem man ska prata med.

- Arbete med förändring sedan några år tillbaka:
 - Vi gör nu pressmeddelanden även om statistik, inte bara om händelser på myndigheten.
 - Vi har mer innehåll för media, t.ex. lokala utskick i samarbete med Newsworthy.
 - Citat används mer även i statistiknyheterna, och dessa plockas ofta upp av media.
 - Mediastöd finns nära till hands för våra statistiker.
 - Mer målgruppsanpassat material än tidigare, som kan användas direkt i nyhetsrapporteringen.
- 2023 var ett rekordår när det gällde mediareferenser. Då hade vi fortfarande namnstatistiken, partisympatiundersökningen två gånger om året samt dessutom hög inflation.
- 2024 blev något sämre då vi slutade göra namnstatistiken och drog ner till en partisympatiundersökning om året. Även det minskade presstödet tror vi påverkade.
- Vi har mediautbildningar för att utbilda talespersoner som kan svara på frågor, vara med på intervjuer osv. Vissa statistiker är mer intresserade av mediaarbete än andra, men journalisten vill oftast prata med den som är expert på den aktuella statistiken. I mycket större utsträckning vänder sig numera journalister direkt till statistikerna de lärt känna. Som journalist vill man helst inte gå via presstjänsten för att få en kontakt med statistiker. Det krävs tillit till medarbetarna som ska uttala sig, och det har också varit en resa att bygga trygghet och stolthet hos dem. Vi har arbetat mycket med att stärka experterna i sin roll som talespersoner.

Spaningar

Möjligheter

- Pressmeddelanden om statistik med högt nyhetsvärde
- Bryta ner statistiken på kommunnivå
- Människonära statistik i rätt tid

Hinder

- Många världshändelser = tufft nyhetsläge
- Färre TT-artiklar lokalt

Genom det förändrade presstödet blir det färre TT-artiklar, och det TT plockar upp får ofta stor spridning. Vi tror på att lokala utskick kan underlätta för lokaltidningarna.

Vi har märkt att redaktionerna exempelvis behöver yngre prenumeranter för sin överlevnad, och kanske därför vill ha data bara för en yngre målgrupp som de fokuserar på, en huvudmålgrupp.

Vi har också märkt att medierna plockar upp SCB:s innehåll i sociala kanaler och delar det i sina kanaler, ibland med en egen twist.

Fördjupade analyser vi gör kan leva länge. Ett exempel är en analys av dagligvaruhandelns vinstmarginaler som skrevs för ett år sedan, och som genererade mycket intresse inte bara hos media utan även hos branschen, politiker osv. I många månader fortsatte den här analysen leva på olika sätt genom seminarier, artiklar osv. Det skulle kunna vara intressant att mäta det genomslaget mer kvalitativt.

Kommentarer från användarrådet:

- Allt ska gå genom press inom vissa organisationer, glad över att höra att medarbetare kan ta frågor direkt.
- Människonära nyheter – hur går tankarna kring vad ni gör en nyhet av? Hur hittar man balansen?

SCB: All statistik publiceras och finns tillgänglig, men sen gör vi kanske ett pressmeddelande inom områden vi tror kan vara intressanta för media. Man måste göra avvägningar, kanske tala om hur statistiken kan användas, fundera över vilka citat som tas med. Inom vissa mer känsliga ämnen, till exempel det regeringsuppdrag vi fick om utanförskapsområden, får man tydligt klargöra att ”vi rapporterar utifrån de här ingångsvärdena, detta är vårt uppdrag, men inte detta”.

- Kommersiella aktörer som tidningar har en infallsvinkel, myndigheter måste ha en annan.

Förslag från gruppdiskussion om att öka användningen

Mål: ökad synlighet, bidra i samhällsdebatten, och arbeta aktivt med nå ut med vår expertis

- Hinder, möjligheter och spaningar – håller ni med?
- Hur påverkar de SCB:s mediestrategi för att nå ut mer?
- Något som ni tycker att vi borde testa?
- Det finns så många tabeller, kanske 8 olika, det är svårt att välja - vilken är det ”folk tittar på egentligen? Finns också en känsla av att ”det finns mycket mer som jag inte vet om”.
- Inspelade webinarier om olika ämnen.

- Viktigt att få bra hjälp när jag ringer, Statistikservice är en viktig funktion.
- Går det att alltid tacka uppgiftslämnarna?
- Aktivera press när det är brist på vissa respondenter, skulle man kunna göra media på uppgiftslämnandet om svåråtkomliga grupper?
- Alltid bra när SCB kan förklara även för icke-experterna, ha så låg tröskel som möjligt för exempelvis underbemannade redaktioner. Bra om analysen är skriven så att det inte kräver för mycket egen tolkning, som kan vara svår att göra.
- Hur snabbfotade ska SCB vara? Om det är en förvirrad debatt, ska SCB gå in och klargöra? Indirekt kan man då bli opinionsbildare. Om man ser att något i samhällsdebatten är väldigt polariserat, kan SCB bidra med fakta om hur det ser ut.
- Flera talespersoner gynnar SCB.
- Hittbarheten på scb.se är central, det kan vara ett hinder för många.
- Fler "topplistor" skulle kunna vara användbara, till exempel Sveriges 50 största kommuner
- Viktigt att tala om hur statistik blir till, och att SCB är en politiskt oberoende myndighet osv., så att medborgarna inte börjar ifrågasätta statistikens riktighet. Det kan vara enkla undervisningsfilmer, undervisningsmaterial etc. Här finns också en koppling till uppgiftslämnarfrågan, dvs. att förhoppningsvis kunna öka viljan att svara på undersökningar om kunskapen om statistikens tillblivande ökat.
- Gör er synliga i samband med stora events! Skulle man kunna göra gemensam sak myndigheter och regioner emellan vid exempelvis events? Här är bristande resurser dock ett problem.

8 Övriga frågor

Hur går det med samarbetet om AI med Örebro universitet?

SCB: Det går ut på att utreda om vi kan förbättra för användare som använder SSD med någon slags chattfunktion, arbetet leds av ÖU. Vi

har intervjuat fem journalister om hur de använder SSD, och vad de upplever för svårigheter med det. Vi har också samlat alla frågor Statistikservice fått och skickat det underlaget till ÖU. Vi kommer få se en demo i början av juni med inte bara svar på frågor, utan även vissa visualiseringar av svaren. Det är en testverksamhet och det finns ingen planerad implementation.

Kommentarer från användarrådet:

- SKR har gjort motsvarande test med KOLADA men tyvärr hallucinerade AI-tekniken, och det är viktigt att användarna får helt korrekta svar.
- Lokala modeller är bäst på att bearbeta data. Jag skulle inte utgå från t.ex. ChatGPT när man hanterar statistik, den tar in för mycket annat material.

9 Summering och inför nästa möte

Alla närvarande enades om att hålla nästa möte den 26 november. I efterhand har även icke närvarande rådsmedlemmar bekräftat att datumet fungerar bra.

Kommentarer från användarrådet om dagens möte:

- Jag gillar att ifrågasätta normer inom offentlig sektor, det är ett inspel jag kan bidra med.
- Ger mycket energi, och man kommer på så mycket mer man vill ta upp. Kan vi använda gruppen även mellan mötena?
- Tid för diskussion viktigt, då kommer många bra idéer fram.