



UDENRIGSMINISTERIET
*Ministry of Foreign Affairs
of Denmark*

Fem segmenter

Kortlægning af danskerne i forhold til det danske udviklingssamarbejde

Segmenteringsundersøgelse
September 2018

advice/

Indhold

1. Formål
2. Executive Summary
3. Strategiske anbefalinger
4. Parametrene bag segmenteringen
5. Infografikker
6. Metode
7. Kontakt

Formål

Formålet med denne undersøgelse er at validere og opdatere Udenrigsministeriets strategiske kommunikationsarbejde gennem **indsigter i danskeres forhold til udviklingssamarbejde**.

Dette gøres ved at inddele danskerne i **få, men operationaliserbare segmenter**, der afspejler Udenrigsministeriets nye fokusområder og den øgede digitale tilstedeværelse. De bliver derfor et **praktisk værktøj** i Udenrigsministeriets løbende kommunikationsindsats om udviklingssamarbejdet.

Undersøgelsen er baseret på en kombination af kvantitative og kvalitative metoder. Først er der foretaget en **kvantitativ statistisk klyngeanalyse** til at identificere og kategorisere segmenterne. Efter identifikationen af segmenterne er der gennemført **kvalitative dybdeinterviews og fokusgrupper** for at nuancere og give dybde i forhold til segmenternes holdninger og motivation.



Executive Summary

Baseret på en kombination af kvantitativ statistisk klyngeanalyse, online interviews med 2.267 repræsentativt udvalgte danskere over 18 år, kvalitative dybdeinterviews og fokusgrupper med i alt 35 danskere konkluderes det, at den mest operationelle måde at segmentere den danske befolkning på, er at inddele dem i fem segmenter.

I figuren til venstre er fem segmenter visualiseret som farver i et trafiklys. Denne visualisering er valgt, fordi farverne understreger forskellene i de fem segmenters indstilling til udviklingssamarbejde:

De Mørkegrønne vil gerne have fuld fart på udviklingssamarbejdet. De Lysegrønne støtter godt op om udviklingssamarbejdet, men er samtidig skeptiske i forhold til den konkrete anvendelse af midlerne. De Gule er hverken/eller og kan nemt svinge fra opbakning til skepsis. De Orange er lukne ved udviklingssamarbejde, men kan også se fordele. De Røde er lodret imod og træder hårdt på bremsen i forhold til udviklingssamarbejde.

Det skal tydeliggøres, at de fem segmenter er meget sammensat, når det kommer til demografi og geografi. I hver segment findes der både unge og gamle, jyder og københavnere. Der er derfor kun nævnt noget om segmenternes demografiske eller geografiske sammensætning, hvis noget skiller sig mærkbart ud fra gennemsnittet og kan bruges af Udenrigsministeriet til at målrette sin kommunikation.

De Mørkegrønne er de mest interesserede og opbyggende, når det kommer til udviklingssamarbejdet. De mener, det er en moralsk forpligtigelse at hjælpe til i udviklingslandene og deltager gerne i snakken om samme, når lejligheden byder sig. De Mørkegrønne er relativt følelsesladede i deres argumentation omkring udviklingssamarbejde, fordi de føler stærkt engagement for formålet at hjælpe folk i nød til et bedre liv. De Mørkegrønne udgør ca. 23% af den danske befolkning. Demografiske særtræk: Overrepræsentation af kvinder, højtuddannede og folk fra hovedstadsområdet.

De Lysegrønne bakker op om udviklingssamarbejdet, men er også reflekterede og kritiske i forhold til effekt og modtagerne. De forholder sig i højere grad end De Mørkegrønne til effekt og kontrol af samarbejdet. I modsætning til De Mørkegrønne køber de ikke nødvendigvis ukritisk en positiv udviklingshistorie, men forholder sig kritisk til afsenderen og hvad de ellers hører og læser i nyhederne. De Lysegrønne udgør ca.

27% af den danske befolkning. Demografiske særtræk: Klar overrepræsentation af ældre mennesker over 60 år.

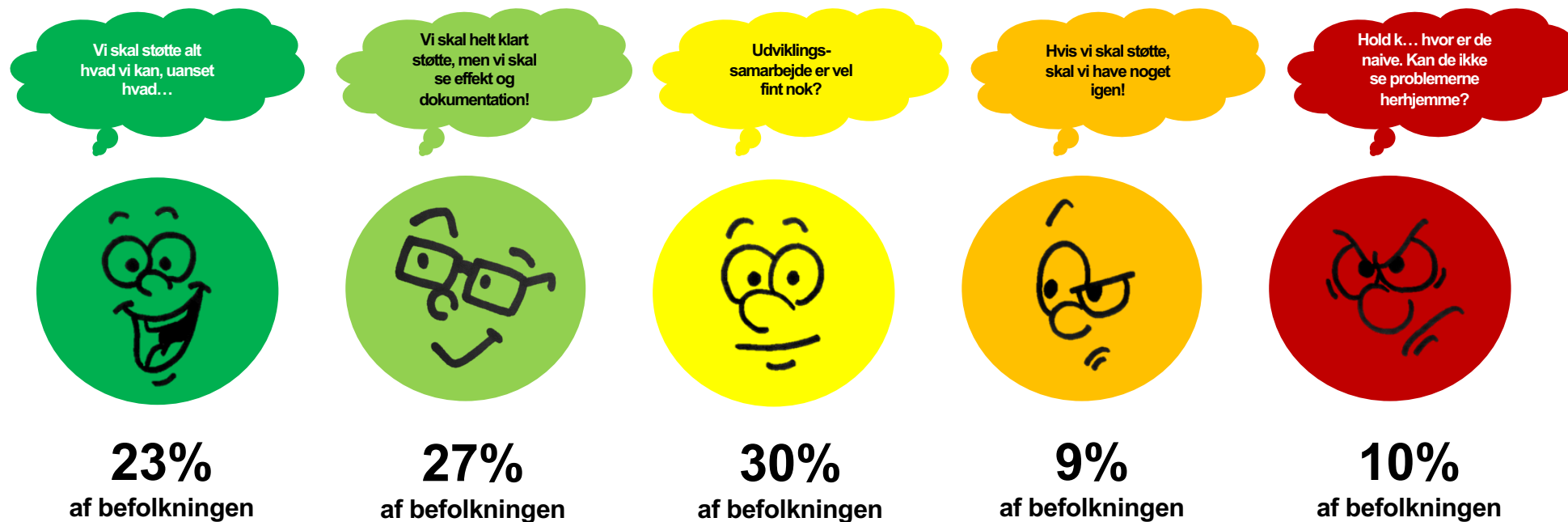
De Gule orienterer sig ikke særlig meget mod udviklingssamarbejdet og har deraf heller ikke særligt stort kendskab til området. Dette gælder ikke kun udviklingssamarbejde, men politiske emner generelt. De vil hellere bruge deres tid og energi på andre ting i hverdagen, som er mere nært og rart at forholde sig til. De Gule er "svingdørsstøtter" og lader sig let påvirke af de andre segmenters holdninger. De forholder sig relativt ukritisk til emnet og er trods deres positive grundindstilling lette at påvirke til enten at være fortalere eller modstandere. De Gule udgør ca. 30% af den danske befolkning. Demografiske særtræk: De Gule er klart det yngste segment med en markant overrepræsentation af unge mellem 18 og 30 år. Dertil er der en overrepræsentation af folk fra Fyn og Jylland, samt folk med kort eller ingen uddannelse.

De Orange er kritiske, men reflekterede omkring udviklingssamarbejdet. Deres skepsis bunder primært i kendskab til fejlslagne projekter og manglende oplysning om effekt. De er grundlæggende positive over for udviklingssamarbejde, men primært hvis de kan se, det gavner Danmark – f.eks. økonomisk. Kendskabsmæssigt ligger De Orange lige over middel i befolkningen, men er holdningsmæssigt meget skeptiske i forhold til effekten, modtagerne og den måde udviklingssamarbejde fungerer i praksis. De Orange udgør ca. 9% af den danske befolkning. Demografiske særtræk: Lille flertal af mænd, lille overrepræsentation af folk med en kort videregående uddannelse eller en erhvervsuddannelse.

De Røde er ubøjelige modstandere af udviklingssamarbejde. De prioriterer dansk velfærd og danske interesser over indsatser ude i verden. Deres interesse for – og sparsomme opbakning til – udviklingssamarbejde er primært relateret til at mindske flygtningestrømme og migration. De Røde er meget ordknappe, når de skal beskrive det danske udviklingssamarbejde og ligger også under middel i kendskab til området. Mange af De Røde anklager gerne tilhængere af udviklingssamarbejde for at være naive eller "udviklingsbranchen" for primært at arbejde på at sikre egen overlevelse. De Røde udgør ca. 10% af den danske befolkning. Demografiske særtræk: Klart flertal af mænd; betydelig overrepræsentation af folk med en kort videregående uddannelse eller en erhvervsuddannelse.

Fem segmenter, fem udsagn

Nedenfor er de fem segmenters grundindstilling samlet til ét enkelt udsagn per segment.



Strategiske anbefalinger

I det følgende skitseres de strategiske anbefalinger i forhold til fire spørgsmål til hvert segment.

- 1) Hvad er Udenrigsministeriets kommunikationsmæssige hovedudfordring?
- 2) Hvad bør Udenrigsministeriets kommunikative tilgang være?
3. Hvilke kanaler bør Udenrigsministeriets fokusere på?
- 4) Hvordan bør Udenrigsministeriet måle eller definere fremskridt?

Det er uden for rammerne af indeværende analyse at komme med anbefalinger i forhold til ressourcemæssig prioritering eller kommunikationsmæssig organisering.

De Mørkegrønne. Den væsentligste kommunikationsudfordring: De mørkegrønne er positive, så udfordringen eller snarere muligheden bliver at aktivere flest mulige til at engagere sig og videreformidle jeres kommunikation. Udenrigsministeriets *kommunikative tilgang* bør derfor være at give De Mørkegrønne flest mulige lejligheder til at vise deres støtte. De oplagte *kommunikationskanaler* er derfor Udenrigsministeriets/ Danidas egne analoge og digitale kommunikationskanaler, herunder website, nyhedsbreve, magasiner og især på de sociale medier, hvor social annoncering sandsynligvis vil være relativt effektiv. En mulig *målsætning* for Udenrigsministeriet i forhold til De Mørkegrønne kan være at øge antallet af subscribers og followers, samt især at øge segmentets engagement og aktivering i formidlingen af de positive budskaber.

De Lysegrønne. Væsentligste kommunikationsudfordring: De Lysegrønne er positive, men kritiske. Udfordringen er derfor primært at overbevise dem om, at udviklingssamarbejde har en effekt. *Tilgang:* De Lysegrønne vil se troværdigt og ærligt indhold, der indeholder kritisk refleksion. Historier, som også viser, hvordan vi er nået til en positiv udvikling i et udviklingsland ved at overkomme udfordringer. *Kanalmæssigt kan* De Lysegrønne påvirkes gennem nyhederne, samt gennem sociale medier. På sociale medier kan eventuelle annonceringer målrettes folk, der f.eks. på Facebook følger dagsordenssættende danske og internationale nyhedsmedier. Social annoncering vil sandsynligvis være relativt effektiv. *Mulig målsætning:* Udenrigsministeriet skal arbejde på at øge De Lysegrønnes tillid til effekt samt til den kompetente danske håndtering af indsatsen. Dertil kan der fokuseres på at få bragt flere omtaler i dagsordenssættende medier af nyheder om langsigtet men positiv effekt.

De Gule. Væsentligste kommunikationsudfordring: Interessen er ikke stor og De Gule kan være svære at få kontakt til. Kommunikation om udviklingssamarbejde når simpelthen ikke ud til der, hvor de er i deres liv. Til gengæld viser De Gule tegn på at være relativt modtagelige over for ny information og holdninger fra mennesker de kender eller føler tilknytning til. *Tilgang:* Indholdsmæssigt bør Udenrigsministeriet undgå svære begreber og tematikker. Der kan med fordel fokuseres på menneskeliggørelse af modtagerne frem for at tænke i konkrete tekniske budskaber. At vise, at modtagerne er almindelige mennesker ligesom dem med almindelige drømme og håb, og med

udfordringer, som De Gule forstår ud fra egen hverdag og situation kan relatere sig til. De Gule vil desuden kunne påvirkes indirekte gennem dialog i sociale relationer med bekendte fra det mørkegrønne eller især det lysegrønne segment. Dette kræver dog, at udviklingssamarbejde kommer højere op på dagsordenen gennem større historier eller begivenheder. *Kanaler:* De Gule er svære at ramme gennem traditionelle nyhedsmedier og dyre og ineffektive at ramme gennem sociale medier. Indholdsformater bør være meget lette, f.eks. underholdningsprogrammer eller lignende på f.eks. P3, DR3 eller TV2 Charlie, eksempelvis formidlet gennem kendte eller helt almindelige mennesker. I en mere kommerciel kontekst ville influencer marketing have være en oplagt strategi. *Mulig målsætning:* At få flere af De Gule til at høre om og forholde sig til Danmarks indsats i udviklingslandene.

De Orange. Væsentligste kommunikationsudfordring: De Orange er skeptiske i forhold til nye informationer og positive budskaber. Udfordringen er derfor især at modbevise deres grundskepsis, hvilket vil være særdeles vanskeligt. I almindelige marketingsammenhænge ville man typisk vælge ikke at fokusere på at omvende et kritisk segment såsom De Orange. *Tilgang:* De Orange vil være relativt svære at komme i kontakt med og endnu sværere at modbevise. Et argument, de kan forholde sig til, er dog når der fokuseres på, hvad Danmark får ud af samarbejdet. *Kanaler:* Der bør fokuseres på lettere formater, men der kan også arbejdes med de mest tilgængelige nyhedsformater såsom aftennyhederne på DR1 og TV2, samt de tabloide medier. De Orange stoler ikke på alle nyheder, så historierne skal være lige så troværdige, som de skal være simple. *Mulig målsætning:* Langsigtet påvirkning af tillid til effekt og opfattelse af modtagerne.

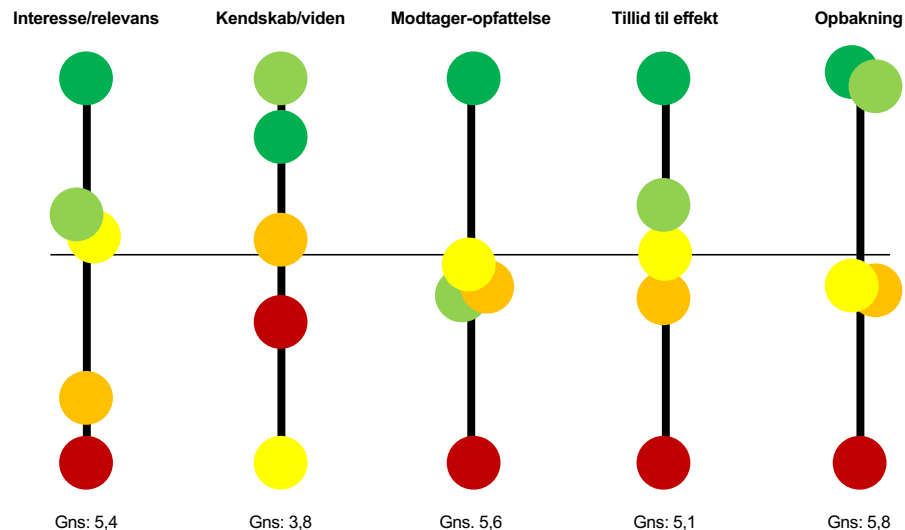
De Røde. Væsentligste kommunikationsudfordring: De Røde er meget skeptiske omkring udviklingssamarbejdet, både i forhold til formål og effekt. De ønsker ikke at høre om udviklingssamarbejde og har ofte en følelse af at blive udsat for, hvad de opfatter som "moraliserende" holdninger. At holdningspåvirke De Røde vil være tæt på umuligt på kort til mellemlang sigt. *Tilgang:* En mere realistisk tilgang kan derfor i stedet være at få dialogen med De Røde til at blive mere konstruktiv og mindre konfrontatorisk. Dette vil kræve tålmodig og gentagende arbejde med f.eks. at svare høfligt og konstruktivt på kommentarer og henvendelser, samt langsigtet arbejde med at få fortalere for udviklingssamarbejde til ikke at tale til De Røde på en måde, som kan blive opfattet som moralsk anklagende, nedladende eller bedrevidende. *Kanaler:* Det anbefales ikke, at Udenrigsministeriet bruger alt for mange ressourcer på at opsøge De Røde gennem traditionelle kommunikationskanaler, da den umiddelbare effekt sandsynligvis vil være tæt på ikke-eksisterende. I stedet kan Udenrigsministeriet fokusere på at etablere konstruktiv dialog med De Røde på egne kanaler, samt på egne kanaler at 'lead by example' ved at vise De Mørke- og Lysegrønne, hvordan man mest konstruktivt kommunikerer med de Røde uden at virke 'bedrevidende'. *Mulig målsætning:* Forbedret og mere konstruktiv dialog, f.eks. målt som antallet af kritiske henvendelser uden anklager eller angreb på fortalere eller modtagere af udviklingssamarbejde.

Strategisk anbefalinger: Overblik

	Udfordring	Tilgang	Kanaler	Målsætning
	Aktivere	Give dem mulighed for at vise deres støtte	Udenrigsministeriets/ Danidas egne analoge og digitale kommunikationskanaler	Øge antallet af subscribers og followers samt øge segmentets engagement og aktivering
	Overbevise	Troværdigt og reflekteret indhold og nyheder med fokus på langsigtet effekt	De Lysegrønne påvirkes gennem nyhederne, samt gennem sociale medier	Øget tillid til effekten af udviklingssamarbejdet samt kompetent dansk forvaltning
	Eksponere	Påvirke gennem lettere formater med kendte og/eller mennesker som dem selv og problemer de genkender	Lette underholdningsformater på f.eks. P3, DR3 eller TV2 Charlie, f.eks. formidlet gennem kendte eller helt almindelige mennesker	Højere andel som har hørt noget positivt om udviklingssamarbejde
	Modbevise	Simple historier, evt. med fokus på danske fordele	Llettere underholdningsformater samt de mest tilgængelige nyhedsformater på DR1 og TV2, samt de tabloide medier	Langsigtet påvirkning af holdninger til modtagerne og effekten af udviklingssamarbejde
	Undgå aktiv modarbejdelse	Tale med, uden at tale ned (ingen moralprædiken); Tålmodig relationsopbygning	Konstruktiv dialog på egne kanaler, oftest de sociale medier.	Konstruktiv dialog, f.eks. målt som nedgang i kritiske kommentarer til delt indhold

Parametrene bag segmenteringen

Parametrene bag segmenteringen



På de følgende fem sider beskrives, hvordan de fem segmenter fordeler sig i forhold til fem overordnede segmenteringsparametre.

De fem segmenteringsparametre er fremkommet i en iterativ proces mellem Udenrigsministeriet og Advice. De er baseret på en gennemgang af de seneste danske og internationale undersøgelser, samt dialog omkring Udenrigsministeriets situation og hovedlinjerne i den ny udviklingspolitiske og humanitære strategi, Verden 2030.

De fem parametre for segmentering af danskerne er:

- 1) Interesse for udviklingssamarbejde og oplevelse af relevans
- 2) Viden og kendskab til området
- 3) Opfattelse af modtagerne af udviklingssamarbejde
- 4) Tillid til effekten af udviklingssamarbejde
- 5) Grundlæggende opbakning til udviklingssamarbejde

I figuren til venstre vises de fem segmenteringsparametre, samt de fem segmenters relative placering i forhold til gennemsnitsdanskeren. Alle parametrene går fra 0 til 10, hvor 10 er den absolut højeste score, 0 er den absolut laveste. Hvert parameter har hver sit gennemsnit, som er den tynde sorte streg i midten af figuren til venstre.

Fire af parametrene er baseret på holdningsspørgsmål, dvs. gennemsnit af, hvad de fem segmenter mener på en skala fra 0 til 10 om 1) Interesse/relevans, 3) Modtageropfattelse, 4) Tillid til effekt, samt 5) Opbakning. Hvis f.eks. De Mørkegrønne scorer 10 på segmenteringsparameteret "Opbakning", svarer det til, at alle personer i det Mørkegrønne segment har svaret 10 (dvs. "Meget Enig") i de spørgsmål, som relaterer sig til opbakning og støtte til, at Danmark bør deltage i udviklingssamarbejde og bruge ressourcer på det.

Parameter nummer 2 (Kendskab/Viden) adskiller sig ved at være baseret på en test af respondenternes svar på faktuelle spørgsmål samt graden af kendskab til konkrete organisationer inden for udviklingsområdet. Hvis et segment scorer 10 på dette parameter, betyder det, at alle i segmentet har svaret rigtigt på alle testspørgsmål og kender til alle relevante udviklingsorganisationer i Danmark.

Metoden og spørgsmålene i undersøgelsen er uddybet i metodeafsnittet sidst i rapporten.



De fem segmenteringsparametre

De Mørkegrønne

Scorer højt på alle parametre

Interesse/Relevans: De Mørkegrønne er det af de fem segmenter, der interesserer sig klart mest for udviklingssamarbejde. På en skal fra 0 til 10 placerer De Mørkegrønne sig i gennemsnit på 8,2, sammenlignet med et befolkningsgennemsnit på 5,4 (se metodeafsnit bagest i rapporten for uddybning af parametre og metodik). De Mørkegrønne vil gerne høre om, hvordan det går i udviklingslandene, både ift. de menneskelige forhold og om der generelt er fremgang.

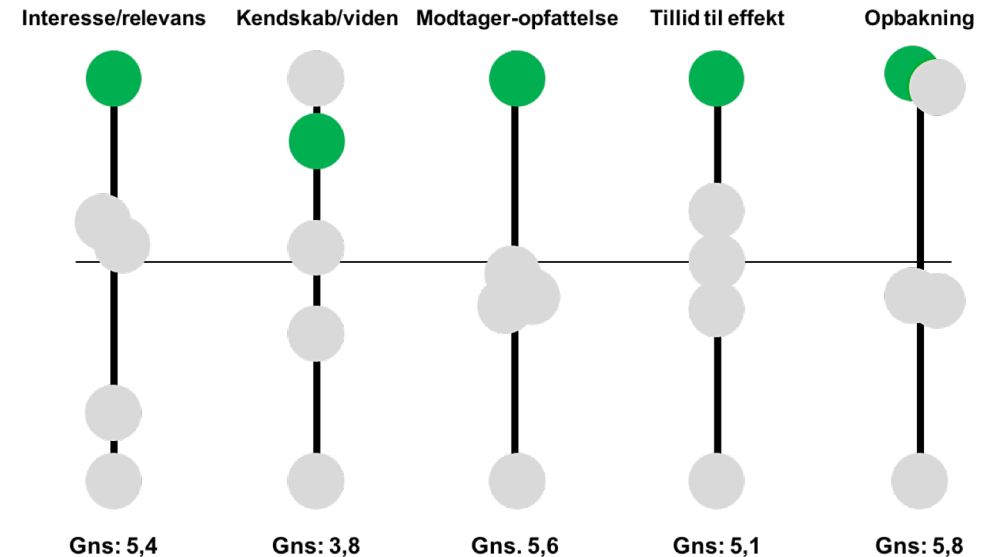
Kendskab/Viden: De Mørkegrønne har det næsthøjeste kendskab til udviklingssamarbejdet (5,1), kun overgået af De Lysegrønne. De svarer altså rigtigt på mange af "quiz-spørgsmålene", såsom hvorvidt der er kommet flere eller færre fattige i verden, samt hvad verdensmålene går ud på. Men de har ikke nødvendigvis den samme kritiske refleksion og viden som De Lysegrønne, så deres interesse og kendskab bunder derfor ikke nødvendigvis i samme grad af faktuel viden.

Modtageropfattelse: Modtageropfattelsen er med 8,1 den klart mest positive af alle segmenter. De Mørkegrønne har en klar idé om, at modtagere ønsker at blive uafhængige af penge fra Danmark og selv gør ALT hvad de kan, for at ændre på deres situation.

Tillid til effekt: Med en score på 6,3, er de det segment, der har den største tillid til effekten af udviklingssamarbejdet. De har overordnet tillid til Danmarks foretagende i forbindelse med udviklingssamarbejde, herunder kontrol af midlernes anvendelse. Den høje tillid gør, at de er mindre skeptiske, omkring hvordan og til hvad pengene bruges. Ønsket om, at mest muligt går til lokalbefolkningen, er stort.

Opbakning: De Mørkegrønne er det segment, der bakker mest op om udviklingssamarbejdet set på tværs af segmenter, særligt med en følelse af 'moralisk forpligtigelse'. De Mørkegrønne er præget af idealisme og stor empatifølelse for befolkningen i udviklingslandene og ønsker, at Danmark skal støtte med alt, vi kan, uanset hvad.

23% af befolkningen





De fem segmenteringsparametre

De Lysegrønne

Høj viden og opbakning, nuanceret i forhold til øvrige parametre

Interesse/Relevans: De Lysegrønne scorer 5,7 og placerer sig dermed lidt over middel, når det kommer til interessen i at høre om udviklingssamarbejde. De synes, meget kommunikation er præget af enten skræmmekampagne eller rosenrøde eksempler. De savner mere faktuelle oplysninger, som belyser udviklingssamarbejdet fra både positive og negative sider. Det skaber nemlig troværdighed, hvilket vægtes meget højt i dette segment.

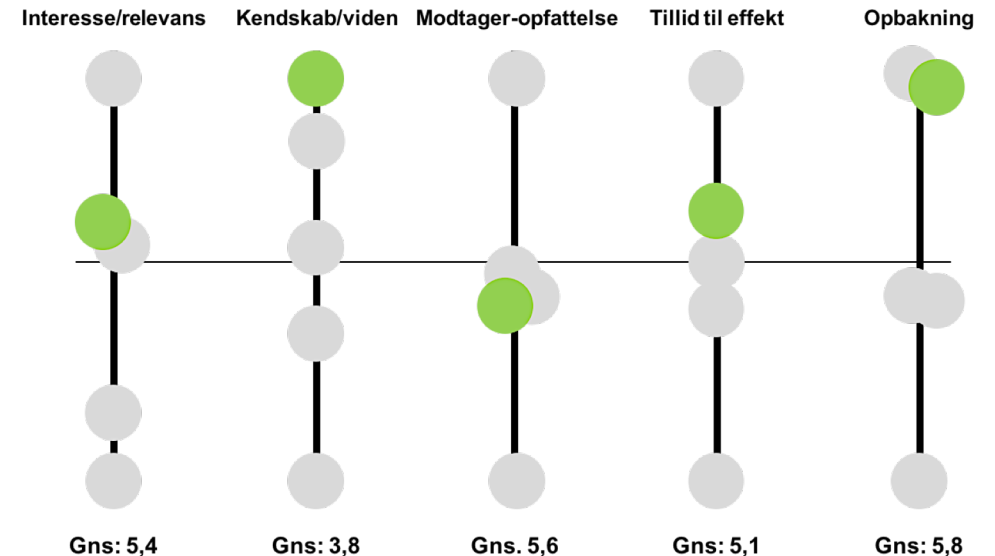
Kendskab/Viden: Segmentet har med en score på 5,3 det højeste kendskab til udviklingssamarbejdet. De fremstår i interviews og fokusgrupper en smule mere reflekterede end f.eks. De Mørkegrønne. De går bl.a. mere op i, hvordan midlerne prioriteres. De Lysegrønne skelner i høj grad mellem statens og NGO'ernes arbejde i udviklingslandene.

Modtageropfattelse: De Lysegrønne scorer 5,3 på modtageropfattelse, hvilket er under middel, men meget lig scoren hos De Gule og De Orange. De Lysegrønne har tiltro til, at modtagerne gør, hvad de kan, men samtidig pointerer De Lysegrønne, at modtagerne ikke altid har forudsætningerne for at ændre på deres situation. De Lysegrønne går derfor meget op i at lære modtagerne at tænke i udvikling og "hjælp til selvhjælp".

Effekt: De Lysegrønne scorer en smule over gennemsnittet på tillid til effekten af udviklingssamarbejdet (5,3). De er kun overgået af De Mørkegrønne. Der er generelt stor forskel danskernes tillid til Danmarks håndtering og kontrol af udviklingssamarbejdet, hvor De Lysegrønne er en del mere skeptiske end De Mørkegrønne. De Lysegrønne savner viden om effekten af udviklingssamarbejdet og har en generel skepsis i forhold til, om pengene prioriteres på den rette måde, samt om modtagerne inddrages tilstrækkeligt i prioriteringen.

Opbakning: De Lysegrønne bakker i høj grad op om udviklingssamarbejdet (6,3), næsten lige så meget som De Mørkegrønne. De fremstår dog mere nuancerede i deres opbakning og lader blandt andet deres opbakning afhænge af, hvorvidt der er tale om kort- eller langsigtede initiativer, hvor de langsigtede favoriseres (f.eks. uddannelse). De Lysegrønne taler meget om "hjælp til selvhjælp" samt medbestemmelse i forhold til samarbejdet, idet modtagerne ved mest om deres lokalområde og derfor bør inddrages i beslutninger om indsatsområder.

27% af befolkningen





De fem segmenteringsparametre

De Gule

Lav viden, gennemsnitlige holdninger

Interesse/Relevans: På trods af en erklæret interesse på 5,5 er De Gule ikke synderligt interesserede i at høre om udviklingssamarbejdet. De interesserer sig grundlæggende ikke så meget for politik, og når de gør, vægter de typisk andre politiske emner højere end udviklingssamarbejdet. De prioriterer fritidsinteresser højere end nyheder og er mere optaget af "nære" hverdagsproblemstillinger frem for, hvad der opfattes som, fjerne udviklingsproblematikker.

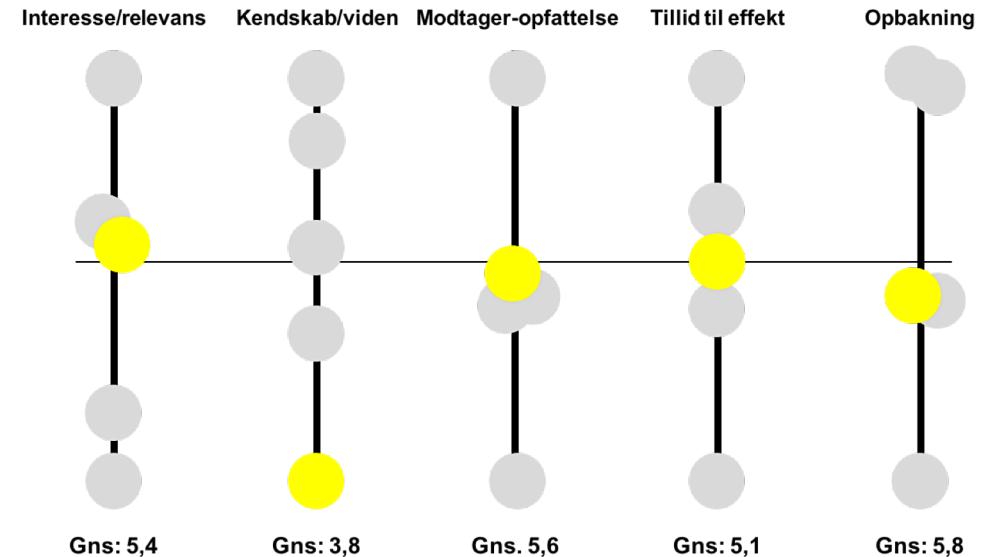
Kendskab/Viden: De Gule har det absolut laveste kendskab til udviklingssamarbejdet med en score på 1,6. De kender langt færre udviklingsorganisationer end de andre segmenter, og i gennemsnit svarer de mest forkert på "quiz-spørgsmålene". Kun de færreste af De Gule kender til Danida, og de forbinder primært udviklingssamarbejde med NGO'ernes indsats og nødhjælp.

Modtageropfattelse: En score på 5,4 på modtageropfattelse kan være et udtryk for, at De Gule har svært ved at forholde sig til, hvorvidt modtagerne gerne vil og faktisk gør, hvad de kan for at ændre på deres situation.

Effekt: De Gule forholder sig ikke i særlig høj grad til effekten af udviklingssamarbejdet. Hvis de skal tale om emnet, har de en tendens til at blive påvirkede af, hvordan andre taler om det. I en gruppediskussion trækker de sig ofte tilbage, da de godt er klar over, at de ikke har det store kendskab til området. De har en tiltro til, at udviklingssamarbejdet har den ønskede effekt, samt at Danmark håndterer og kontrollerer udviklingssamarbejdet fint. De tror dog, i højere grad end De Mørke- og Lysegrønne, at pengene ender i de forkerte lommer.

Opbakning: De Gule ligger lige over middel i deres opbakning til udviklingssamarbejdet. De mener, i højere grad end De Mørkegrønne, Lysegrønne og Orange, at Danmarks velfærd kommer før en indsats i udviklingslandene. Dertil har de en grundlæggende idé om, at korruption og administration ofte hindrer, at pengene når helt ud til modtagerne. De Gule ved ikke så meget om området og har derfor svært ved at forholde sig til, om det offentlige bruger for få, passende eller for mange penge på udviklingssamarbejdet.

30% af befolkningen





De fem segmenteringsparametre

De Orange

Lav interesse, middelhøj viden, udbredt skepsis

Interesse/Relevans: Med en score på 2,1 har De Orange den næstlaveste interesse i at høre noget om det danske udviklingssamarbejde. De synes, det er væsentligt, at pengene prioriteres korrekt, da det omhandler vores skattekroner, men er samtidig mere interesserede i, hvad der sker i Danmark.

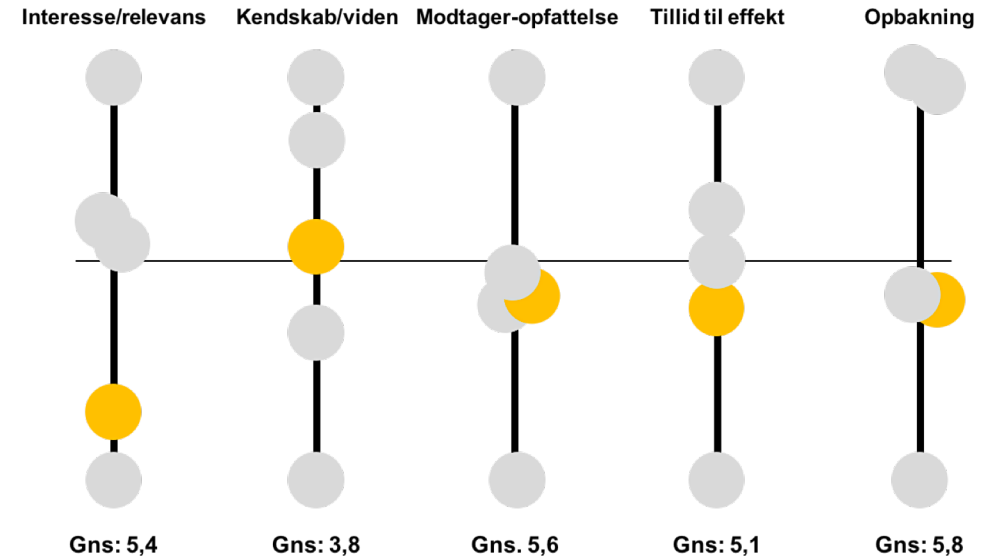
Kendskab/Viden: De Orange har med en score på 3,9 et lidt højere kendskab til udviklingssamarbejdet end gennemsnittet. De kender Udenrigsministeriet, men ved ikke så meget om Danida. Deres kendskab til udviklingssamarbejde kommer ofte fra de lettere nyhedsformater - netop her hæfter De Orange sig typisk ved de negative historier. Dertil mener den typiske Orange, at der mangler oplysning om effekten af udviklingssamarbejde, uden dog nødvendigvis selv at opsøge ny viden.

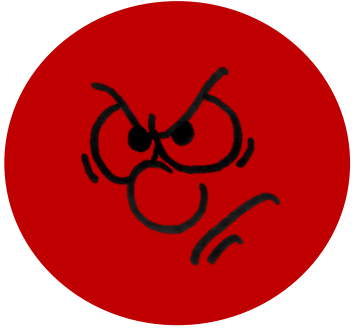
Modtageropfattelse: De Orange mener, at modtagerne selv bærer et stort ansvar for at påvirke deres livssituation. De scorer 5,4 på modtageropfattelsen, hvilket er en smule under gennemsnittet. De Orange har især en skepsis omkring, hvorvidt modtagerne reelt set selv ønsker at ændre på deres situation. De er nervøse for, om udviklingslandene bruger samarbejdet som en sovepude og deraf bliver en anelse dovne. Her mener De Orange, at udviklingssamarbejdet i høj grad skal fokusere på læring, således at modtagerne lærer at blive selvhjulpne. På dette punkt er De Orange meget enige med De Lysegrønne.

Effekt: De Orange scorer næstlavest (4,9) på tilliden til, at udviklingssamarbejdet har en positiv effekt. Dette er dog stadig en del højere end sammenlignet med De Røde, der ligger helt nede på 1,8. De Orange er præget af en opfattelse af, at pengene ofte havner i de forkerte hænder, samt at de undervejs til modtagerne skal deles mellem for mange aktører. Når De Orange diskuterer udviklingssamarbejde, er det typisk effekten, de problematiserer – ikke formålet.

Opbakning: De Orange føler i mindre grad end gennemsnittet, at Danmark er moralsk forpligtet til at indgå i udviklingssamarbejdet (5,9) og sætter i høj grad den danske velfærd først. De mener, at en indsats i udviklingslandene ligeledes skal komme Danmark til gavn på sigt. F.eks. ved, at vi får gavn af at have endnu en handelspartner, når et lands økonomi er under udvikling, eksempelvis grundet øget produktion i udviklingslandene.

9% af befolkningen





De fem segmenteringsparametre

De Røde

Laveste score på alle parametre, bortset fra konkret viden

Interesse/Relevans: Interessen i udviklingssamarbejdet er med en score på 1,5 meget lav hos De Røde. Interessen i udviklingssamarbejde er som regel relateret til interessen i at mindske migration ved at sikre hjælp i nørømråderne.

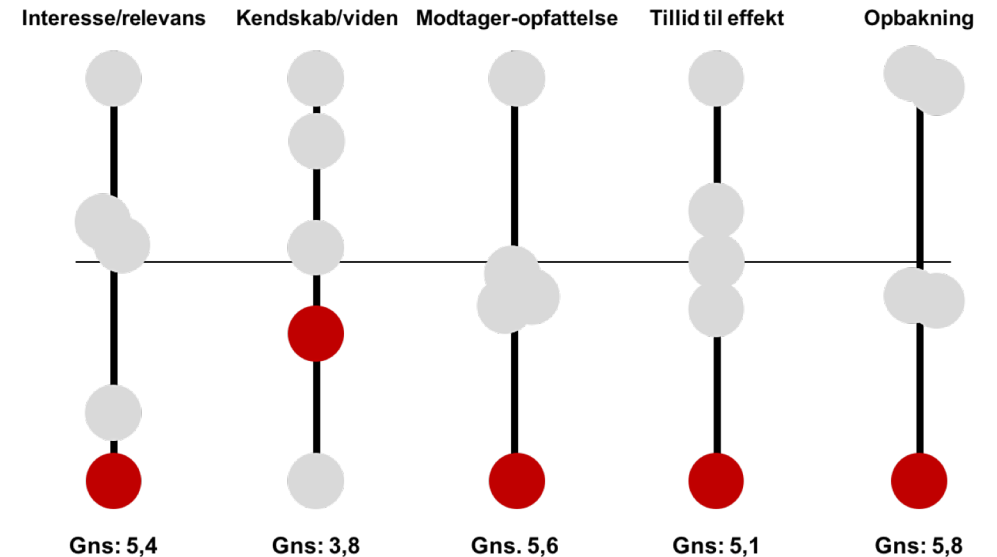
Kendskab/Viden: De Røde har det næstlaveste kendskab og viden til udviklingssamarbejdet, med en score på 3,2. Det er kun De Gule, der scorer lavere med 1,6. Gennemsnittet er 3,8.

Modtageropfattelse: Modtagerne er ifølge De Røde hverken kompetente eller villige nok til at selv gøre en aktiv indsats for at blive uafhængige af penge fra Danmark. Med en score på 1,2 har dette segment en udpræget negativ opfattelse af modtagerne i samarbejdslandene.

Effekt: De Røde har den laveste tillid til effekten af udviklingssamarbejdet og Danmarks håndtering og kontrol af samme (1,8). Nogle af De Røde har dog også en alternativ definition på 'effekt', idet de primært forbinder vellykket udviklingssamarbejde med begrænsning af flygtningestrømme. De Røde synes, at der kommer mange flygtninge til Danmark, hvilket kan være en del af forklaringen på den lave tiltro til den samlede effekt. Det kommer bl.a. til udtryk ved lave scorere på de spørgsmål, der vedrører flygtninge i spørgeskemaet.

Opbakning: De Røde er det segment, der bakker mindst op om udviklingssamarbejdet (4,8) og har en tydelig holdning til, at det danske velfærdssamfund bør prioriteres i stedet. De er derudover det segment, der i lavest grad mener, at udviklingssamarbejdet er en moralsk forpligtelse (3,2). De Røde bakker dog alligevel i lille grad op om udviklingssamarbejdet, idet de går ind for at mindske migration. Hvis Danmarks skal støtte, skal der fokuseres på langsigtete initiativer og en stor del af De Røde ville derfor aldrig støtte en NGO, da de forbinder NGO'ernes arbejde med kortsigtet udvikling.

10% af befolkningen



Infografikker



De Mørkegrønne

23% af befolkningen

Vi skal støtte alt
hvad vi kan, uanset
hvad...

De Mørkegrønne er de mest interesserede og opbyggende, når det kommer til udviklingssamarbejdet. De mener, det er en moralsk forpligtelse at hjælpe til i udviklingslandene og deltager gerne i snakken om samme, når lejligheden byder sig.

De Mørkegrønne er relativt følelsesladede i deres argumentation omkring udviklingssamarbejde, fordi de føler stærkt engagement for formålet at hjælpe folk i nød til et bedre liv. Dem, der er uenige med De Mørkegrønne, kalder dem "blinde" i deres opbakning, hvilket til dels er rigtigt, fordi De Mørkegrønne ikke altid forholder sig kritisk til positive succeshistorier fra udviklingslande. Selv beskriver De Mørkegrønne deres opbakning ud fra et moralsk perspektiv; at vi har pligt til at hjælpe med alt, hvad vi kan, uanset om ikke alle indsatser virker lige effektivt.

Segmentet har en overvægt af kvinder (55%), personer med en mellemlang- eller lang uddannelse (63%) og en stor andel er bosiddende i Region Hovedstaden (36%). Det er det segment, hvor flest selv handler aktivt i forhold til udviklingsarbejde.

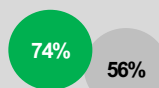
Væsentligste kommunikationsudfordring: At aktivere flest mulige til at engagere sig og videreformidle Udenrigsministeriets kommunikation.

Tilgang: Give De Mørkegrønne flest mulige lejligheder til at vise deres støtte.

Kanaler: Udenrigsministeriets/Danidas egne analoge og digitale kommunikationskanaler er velegnet til dette formål, herunder f.eks. website, nyhedsbreve, magasiner og især på de sociale medier.

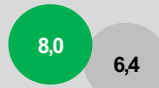
Mulig målsætning: Øge segmentets engagement og aktivering i formidlingen af de positive budskaber.

Andel, der har hørt om Danida
Grå cirkel er gennemsnittet af
alle danskere

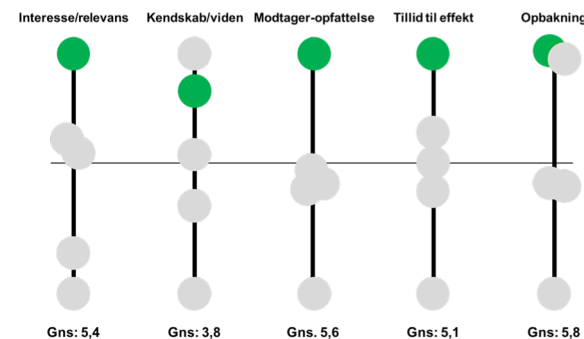


Hvor mange NGO'er kender
de i gennemsnit?

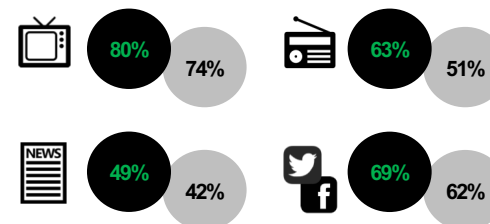
Grå cirkel er gennemsnittet af
alle danskere



POSITIV OG INTERESSERET



KANALER



HOLDNINGER

Holdningsspørgsmål er besvaret på en skala fra 0-10, hvor
0=meget uenig og 10=meget enig. Grå cirkel er gennemsnittet.



WORDCLOUDS

Top 10 over De Mørkegrønnes positive fritekstsvar (øverst)
og negative fritekstsvar (nederst) om udviklingssamarbejde.



” Det nytter jo ikke noget at blive berøringsangst. Vi skal tage ansvar.

” Politik er lidt kedeligt, men det er også super vigtigt.

” Det nytter jo heller ikke noget, hvis man bare dropper at hjælpe.

” De skal lære, at hvis de planter et frø, så kommer der en kartoffel.

” De (modtagerne) gør ALT, hvad de kan for at ændre på deres situation.

” Jeg tror udviklingssamarbejdet har stor effekt. Men jeg er lidt træt af de ”negative” historier. Det giver også dårlig samvittighed.



De Lysegrønne

27% af befolkningen

Vi skal helt klart støtte, men vi skal se effekt og dokumentation!

De Lysegrønne bakker op om udviklingssamarbejdet, men er også reflekterede og kritiske i forhold til effekt og modtagerne. De forholder sig i højere grad end De Mørkegrønne til effekt og kontrol af samarbejdet.

I modsætning til De Mørkegrønne køber de ikke nødvendigvis ukritisk en positiv udviklingshistorie, men forholder sig kritisk til afsenderen og hvad de ellers hører og læser i nyhederne.

Segmentet har en jævn fordeling af mænd (51%) og kvinder (49%), og er segmentet med den klart højeste gennemsnitsalder og flest ældre over 60.

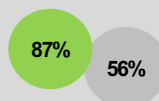
Væsentligste kommunikationsudfordring: De Lysegrønne er positive, men kritiske. Udfordringen er derfor primært at overbevise om effekten.

Tilgang: De Lysegrønne vil se troværdigt og ærligt indhold, der indeholder kritisk refleksion. Historier, som også viser, hvordan vi er nået til en positiv udvikling i et udviklingsland ved at overkomme udfordringer, er vigtige.

Kanaler: De Lysegrønne kan påvirkes gennem nyhederne, samt gennem sociale medier. På sociale medier kan eventuelle annonceringer målrettes folk, der følger dagsordenssættende danske og internationale nyhedsmedier.

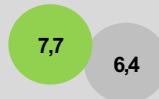
Mulig målsætning: Udenrigsministeriet skal arbejde på at øge De Lysegrønnes tillid til effekten samt tillid til den kompetente danske håndtering af indsatsen.

Andel, der har hørt om Danida
Grå cirkel er gennemsnittet af alle danskere

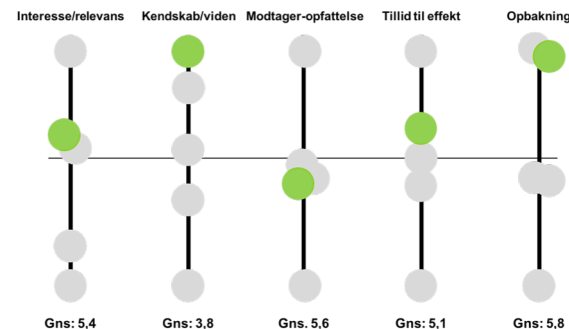


Hvor mange NGO'er kender de i gennemsnit?

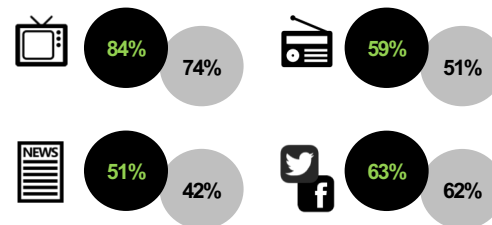
Grå cirkel er gennemsnittet af alle danskere



NUANCERET, MEN POSITIV



KANALER



HOLDNINGER

Holdningsspørgsmål er besvaret på en skala fra 0-10, hvor 0=meget uenig og 10=meget enig. Grå cirkel er gennemsnittet.



WORDCLOUDS

Top 10 over De Lysegrønnes positive fritekster (øverst) og negative fritekster (nederst) om udviklingssamarbejde.

uddannelse
udvikling
samarbejde
selvhjælp
afrikavand
hjælp
Ulande
danida
støtte

pengespild
spild
ulande
offentlig
afrika
korruption
u-landsarbejde
bestikkelse
penge
bistand

” Det er jo ens pligt at følge med i forhold til udviklingssamarbejdet. Jeg følger med via troværdige kilder.

” Der er for meget snak og for lidt action på udviklingsområdet. Jeg vil gerne vide, hvordan man agter at prioritere pengene.

” Jeg kan godt blive sådan lidt skeptisk, hvis alt jeg hører er en dans på roser...

” Vi skal lære modtagerne at tage ansvar og gøre dem medbestemmende. F.eks. ved at yde dem mikrolån. De ved bedst.

” Sociale medier er en god måde at holde sig opdateret, hvis man kan se bort fra den hårde tone og tør bevæge sig ud af sit eget lille ekko-kammer.



De Gule

30% af befolkningen

Udviklings-
samarbejde er vel
fint nok?

De Gule orienterer sig ikke særlig meget mod udviklingssamarbejdet, og har deraf heller ikke særligt stort kendskab til området. Dette gælder ikke kun udviklingssamarbejde, men politik generelt. De vil hellere bruge deres tid og energi på andre ting i hverdagen, som er mere nært og rart at forholde sig til.

De Gule er "svingdørsstøtter" og lader sig let påvirke af de andre segmenters holdninger. De forholder sig relativt ukritisk til emnet og er trods deres positive grundindstilling lette at påvirke til enten at være fortalere eller modstandere.

De støtter gerne gode formål i deres handlinger. Men når samtaleemnet falder på udviklingssamarbejde, trækker de sig ofte fra debatten, enten på grund af manglende grundinteresse, fordi de ikke har så klare holdninger til emnet, eller fordi de ikke vil fremstå uvidende.

Segmentet har en jævn fordeling af mænd (51%) og kvinder (49%) og er segmentet med den laveste gennemsnitsalder på 42 år. Sammenlignet med De Mørkegrønne har De Gule flere med uddannelsesniveau på grundskole eller erhvervsuddannelse. De Gule har en lille overrepræsentation på Jylland og Fyn.

Væsentligste kommunikationsudfordring: Udfordringen er overhovedet at komme ud til dem.

Tilgang: Påvirke gennem lettere formater med kendte og/eller mennesker som dem selv og problemer de genkender

Kanaler: Lette underholdningsformater på f.eks. P3, DR3 eller TV2 Charlie, eksempelvis formidlet gennem kendte eller helt almindelige mennesker.

Mulig målsætning: Højere andel som har hørt noget positivt om udviklingssamarbejde

Andel, der har hørt om Danida
Grå cirkel er gennemsnittet af alle danskere

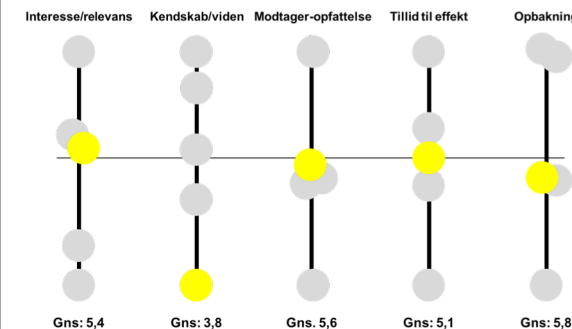
16% 56%

Hvor mange NGO'er kender de i gennemsnit?

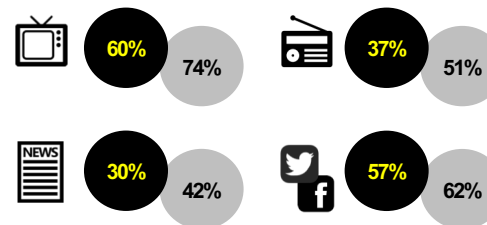
Grå cirkel er gennemsnittet af alle danskere

4,4 6,4

LAV VIDEN, MELLEM OBAKNING



KANALER



HOLDNINGER

Holdningsspørgsmål er besvaret på en skala fra 0-10, hvor 0=meget uenig og 10=meget enig. Grå cirkel er gennemsnittet.



WORDCLOUDS

Top 10 over De Gules positive fritekstsvar (øverst) og negative fritekstsvar (nederst) om udviklingssamarbejde.

støtte
fattigdom
lande
uddannelse
arbejde
samarbejde
selvhjælp
hjælp
udvikling
fremtid

udgifter
fattigdom
dyrt
spild
arbejde
korruption
penge
bureaukrati
økonomisk
ulande

” Politik er da vigtigt nok, men det er et underemne for mig... jeg er træt af at høre på ”popsnak” og ”mudderkast”. Udviklingssamarbejde er jo ikke noget, der berører mig i hverdagen.

” Jeg bekymrer mig meget om en potentiel 3. verdenskrig. Se f.eks. på Trump og Nordkorea!.

” Jeg har da hørt om noget udvikling nede i Afrika... Dem, der ved noget, har nok styr på det.

” Vi hører så meget om død og ødelæggelse i forvejen. Og der skulle meget til før, at jeg ville læse en historie om udviklingssamarbejde på nettet. Jeg vil hellere bruge min tid på noget sjovt og hyggeligt.



De Orange

9% af befolkningen

Hvis vi skal støtte,
skal vi have noget
igen!

De Orange er kritiske, men reflekterede omkring udviklingssamarbejdet. Deres skepsis bunder primært i kendskab til fejlslagne projekter og manglende oplysning om effekt. De er grundlæggende positive over for udviklingssamarbejde, men primært, hvis de kan se det gavner Danmark – f.eks. Økonomisk

Kendskabsmæssigt ligger De Orange lige over middel i befolkningen, men er holdningsmæssigt meget skeptiske i forhold til effekten, modtagerne og den måde udviklingssamarbejde fungerer i praksis.

Segmentet har en lille overrepræsentation af mænd (53%), og er det segment, hvor flest har en erhvervsudannede (37%).

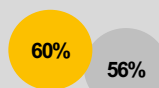
Væsentligste kommunikationsudfordring: At modbevise deres grundskepsis.

Tilgang: Simple historier, evt. med fokus på danske fordele

Kanaler: Lettere underholdningsformater samt de mest tilgængelige nyhedsformater på DR1 og TV2, samt de tabloide medier

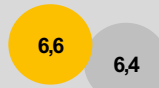
Mulig målsætning: Langsigtet påvirkning af holdninger til modtagerne og effekten af udviklingssamarbejde

Andel, der har hørt om Danida
Grå cirkel er gennemsnittet af
alle danskere

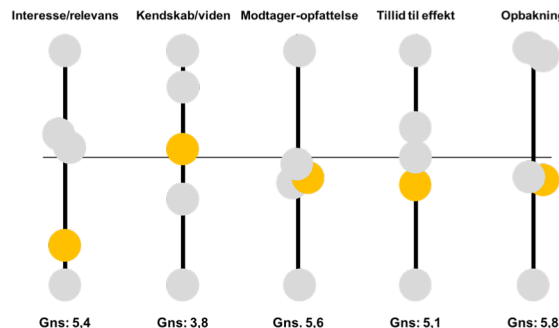


Hvor mange NGO'er kender
de i gennemsnit?

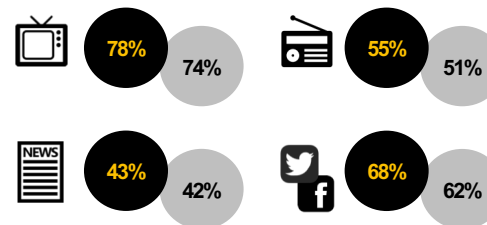
Grå cirkel er gennemsnittet af
alle danskere



SKEPTISK MED LAV INTERESSE

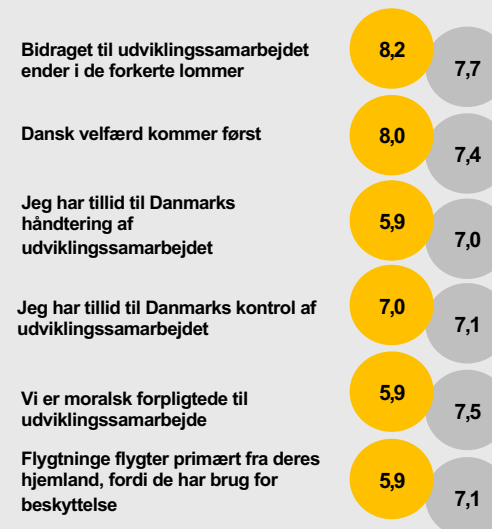


KANALER



HOLDNINGER

Holdningsspørgsmål er besvaret på en skala fra 0-10, hvor
0=meget uenig og 10=meget enig. Grå cirkel er gennemsnittet.



WORDCLOUDS

Top 10 over De Oranges positive fritekster (øverst) og negative fritekster (nederst) om udviklingssamarbejde.

nødhjælp
fattigdom
selvhjælp
danida
hjælp
samarbejde
Røde-kors
lande
afrika
udvikling

penge-ud-af-vinduet
lande
spild
nyttesløst/rusk
penge
samarbejdet
korrupsion
udgifter

” De sidder på kajen og venter på mad, fordi ingen har lært dem andet. Vi skal give dem et faktisk synspunkt.

” Jeg synes godt vi må stille krav til de der (red. modtagere). Vi vil støtte i uendelighed, men hvor er resultaterne? Det er svært at være tilhænger, når man har set det slå fejl i årtier.

” Jeg vil gerne følge med i, om dem, der træffer beslutningerne bliver klogere... Det er vores allesammens penge, de bruger på det her.

” NGO'erne passer ikke på nogen skattepenge, men det gør Danida. Derfor må de gerne gøre sig lidt umage med at fortælle, hvad pengene går til.

” Hvis man ikke hjælper i brændpunkterne, flytter man bare problemerne tættere på.



De Røde

10% af befolkningen

Hold k... hvor er de naive. Kan de ikke se problemerne herhjemme?

De Røde er ubøjelige modstandere af udviklingssamarbejde. De prioriterer dansk velfærd og danske interesser over indsatser ude i verden. Deres interesse for – og sparsomme opbakning til – udviklingssamarbejde er primært relateret til at mindske flygtningestrømme og migration.

De Røde er meget ordknappe, når de skal beskrive det danske udviklingssamarbejde og ligger også under middel i kendskab til området. Mange af De Røde anklager gerne tilhængere af udviklingssamarbejde for at være naive eller "udviklingsbranchen" for primært at arbejde på at sikre egen overlevelse.

De Røde er også det segment, hvor klart færrest har givet penge til eller på anden måde støttet udviklings- eller nødhjælpsarbejde.

Segmentet har en overvægt af mænd (64%) og grundskole- og erhvervsudannede (62%).

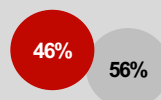
Væsentligste kommunikationsudfordring: Undgå aktiv modarbejdelse

Anbefalet tilgang: Tale med, uden at tale ned (ingen moralprædiken); Tålmodig relationsopbygning.

Kanaler: Konstruktiv dialog på egne kanaler.

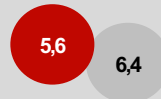
Mulig målsætning: Forbedret og mere konstruktiv dialog, f.eks. målt som antallet af kritiske henvendelser uden anklager eller angreb på fortalere eller modtagere af udviklingssamarbejde.

Andel, der har hørt om Danida
Grå cirkel er gennemsnittet af alle danskere

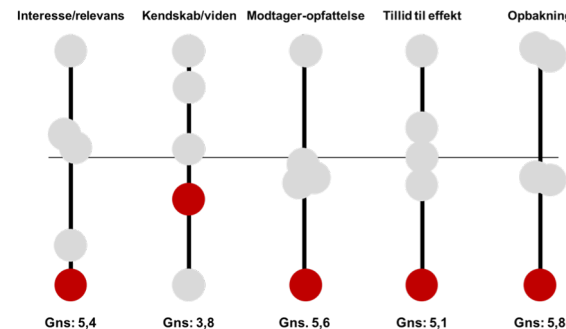


Hvor mange NGO'er kender de i gennemsnit?

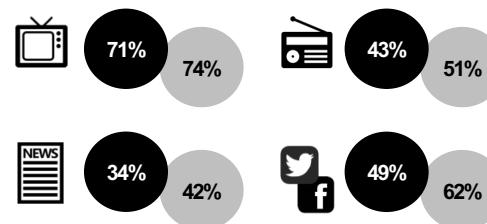
Grå cirkel er gennemsnittet af alle danskere



STÆRKT KRITISK

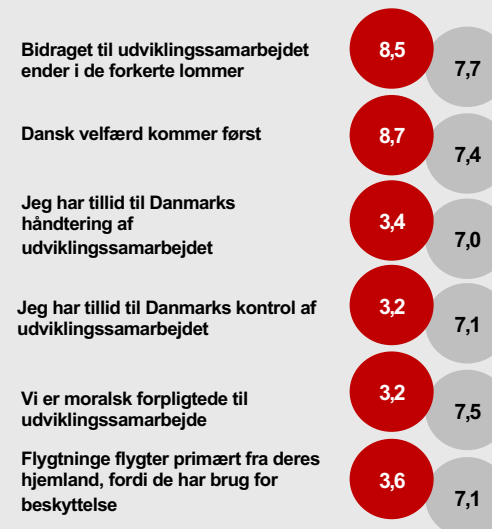


KANALER



HOLDNINGER

Holdningsspørgsmål er besvaret på en skala fra 0-10, hvor 0=meget uenig og 10=meget enig. Grå cirkel er gennemsnittet.



WORDCLOUDS

Top 10 over De Rødes positive fritekstsvar (øverst) og negative fritekstsvar (nederst) om udviklingssamarbejde.



” Det er åbenbart vigtigere at give penge til udlandet end til dem herhjemme.

” Selv, hvis man har viljen, er det umuligt, hvis ens eneste håb er at blive samlet op af en gummibåd i Middelhavet.

” De har ikke forståelse for statsapparatet i Vesten. Det giver ulige forhold.

” De skal ikke sidde på hænderne eller lave flere børn.

” Hvad med de varme hænder herhjemme?

Metode: Vejen til de fem segmenter

Undersøgelsen er baseret på en kombination af kvantitative og kvalitative metoder. Først er der foretaget en kvantitativ statistisk klyngeanalyse til at identificere og kategorisere segmenterne. Efter identifikationen af segmenterne er der gennemført kvalitative dybdeinterviews og fokusgrupper for at nuancere og give dybde i forhold til segmenternes holdninger og motivation.

Datagrundlaget for den statistiske segmenteringsanalyse af segmenterne er baseret på en online spørgeskemaundersøgelse blandt 2.267 repræsentativt fordelte danskere over 18 år. Data er indsamlet over tre uger i april/maj 2018.

Befolkningsmålingen giver indsigt i den brede befolkning og størrelsen på stikprøven sikrer samtidig lav statistisk usikkerhed, selv når vi bryder ned og fokuserer på specifikke befolkningsgrupper. Stikprøven er tilfældigt udvalgt blandt Userneeds' Danmarkspanel med stratificering på køn, alder, uddannelse og region.

Tilblivelsen af de fem segmenter baserer sig på statistisk klyngeanalyse, foretaget i tre trin.

Trin 1 handlede om research og at vælge hvilke parametre, segmenteringen skulle tage udgangspunkt i. Advice og Udenrigsministeriet gennemgik sammen tidligere rapporter. Dette blev kombineret med konklusioner og metoder fra andre nyere danske og internationale undersøgelser af udviklings- og nødhjælpsarbejde og sat i forhold til Danmarks nye udviklingspolitiske og humanitære strategi, Verden 2030, fra 2017.

På baggrund heraf blev der identificeret fem strategiske temaer/segmenteringsparametre, som segmenteringen tager udgangspunkt i. Dette er:

- 1) Interesse for udviklingssamarbejde og oplevelse af relevans
- 2) Viden og kendskab til området
- 3) Opfattelse af modtagerne af udviklingssamarbejde
- 4) Tillid til effekten af udviklingssamarbejde
- 5) Grundlæggende opbakning til udviklingssamarbejde

Trin 2 var den statistiske del. Først blev de fem segmenteringsvariable omdannet til hver to til tre konkrete spørgsmål, alt efter hvor mange nuancer der er i hvert parameter. F.eks. Spørges der i parameter 1) til både interesse samt oplevet relevans. I alle spørgsmål kunne respondenterne svare i grader af enighed fra 0 til 10, hvor 5 således er hverken enig eller uenig. Herefter blev svarene fra de to til tre spørgsmål programmeret om til én variabel, f.eks. Interesse/Relevans, der i praksis er gennemsnittet af scoren for hhv. interesse og relevansspørgsmålet.

Herefter er de fem variable/parametre omdannet til segmenter gennem en iterativ eksplorativ proces med udgangspunkt i de mest anvendte hierarkiske og ikke-hierarkiske statistiske klyngeanalysemetoder, hhv. Ward's Linkage og K-means metoderne. Resultateret af processen var udformningen af i alt 5 segmenter.

Trin 3 var den kvalitative del. Efter statistisk identifikation af de fem segmenter, er der foretaget i alt 15 dybdeinterviews og 20 fokusgruppeinterviews med deltagere udvalgt i forhold til segmentmæssig, aldersmæssig, kønsmæssig og geografisk spredning.

Med baggrund i de kvalitative undersøgelser er der kommet 'kød og blød' på forståelsen og beskrivelsen af de segmenter, som blev identificeret i den statistiske analyse. Dette centrerer sig særligt om hvad det enkelte segments rationaler og bevæggrunde er, som kommunikationen kan designes ud fra.



Kontakt

Dorte Neimann,
Chefkonsulent og teamleder Danida kommunikation
Udenrigsministeriet
Dornei@um.dk

Kontakt

Lasse Gladbo Skjoldan,
Senior Advisor
Advice
Lasse.s@adviceas.dk