

# Vælg det rigtige diagram i Excel

Et mikrokursus i diagramvalg - fra mavefornemmelse til metode

## Introduktion

De fleste af os vælger diagrammer i Excel på fornemmelsen. Vi klikker os igennem diagramgalleriet og håber, at noget *føles rigtigt*. Resultatet bliver ofte lagkagediagrammer med 12 udsnit, 3D-effekter og regnbuefarver - og en chef, der stadig ikke kan se pointen.

Det her kursus giver dig et beslutningstræ med fire spørgsmål. Når du kan svare på dem, kan du vælge det rigtige diagram første gang. Hver gang.

Kurset er kort og praktisk: 10-15 minutters læsning, og du tager metoden med dig.

## Beslutningstræet: De fire spørgsmål

Inden du overhovedet åbner diagramgalleriet, stiller du dig selv fire spørgsmål:

#	Spørgsmål	Hvorfor det betyder noget
1	Hvilken <b>historie</b> fortæller dine data?	Sammenligning, udvikling, fordeling eller sammenhæng - det afgør diagramtypen.
2	Hvor mange <b>variable</b> har du?	Flere variable kræver enten flere diagrammer eller mere komplekse typer.
3	Hvem er din <b>modtager</b> ?	En direktør skal forstå pointen på 3 sekunder; en analytiker tåler mere kompleksitet.
4	Hvilken <b>handling</b> vil du have frem?	Hvert diagram skal besvare "og hvad så?"

Når du har svaret på de fire, er valget næsten altid givet.

## Oversigt: Datahistorie → Diagramtype

Datahistorie	Du viser...	Vælg dette	Undgå
Sammenligning	Hvem er størst/mindst	Liggende søjlediagram	Lagkage
Udvikling over tid	Bevægelse, trend	Kurvediagram	Søjler
Del af helhed	Andel af det samlede	Stablet søjle / donut ( $\leq 5$ )	3D-lagkage
Fordeling	Hvordan data spreder sig	Histogram	Kurve
Sammenhæng	Hvordan to mål hænger sammen	Punktdiagram (scatter)	Søjler

## Lektion 1 - Sammenligning

**Datahistorie:** Du sammenligner ting med hinanden.

**Eksempler:** Salg pr. region, performance pr. produkt, top 10 sælgere.

**Vælg:** Liggende søjlediagram. Vores øjne er gode til at sammenligne længder - den længste søjle vinder, ingen tankearbejde.

### Praktisk eksempel

Du har salgstal for fem regioner i Q3:

Region	Salg (DKK)
Hovedstaden	1.250.000
Midtjylland	980.000
Syddanmark	870.000
Nordjylland	540.000
Sjælland	420.000

Et liggende søjlediagram sorteret efter værdi viser øjeblikkeligt rangordenen. Hovedstaden topper, Sjælland halter.

#### TIP

Sortér altid søjlerne efter værdi. Alfabetisk rækkefølge skjuler pointen.

## Lektion 2 - Udvikling over tid

**Datahistorie:** Hvordan ændrer noget sig hen over en periode.

**Eksempler:** Månedlig omsætning, hjemmesidetraфик, lagerbeholdning.

**Vælg:** Kurvediagram. Linjer viser bevægelse og momentum. Du ser fortællingen: "Vi vokser" eller "Hvad skete der i juli?"

### Praktisk eksempel

Månedlig trafik på din hjemmeside for 2025. En kurve afslører den naturlige sommer-dip i juli og den stejle stigning fra september. Med en søjle ville du miste fornemmelsen af *flow*.

#### TIP

Brug annotationer direkte på kurven. Skriv "Ny kampagne lanceret" ved den måned, hvor trafikken stiger. Det forvandler diagrammet fra observation til indsigt.

## Lektion 3 - Del af helhed

**Datahistorie:** Hvordan en helhed er fordelt på dele.

**Eksempler:** Budget fordelt på afdelinger, omsætning fordelt på produktkategorier.

**Vælg:** Stablet søjlediagram. Eller donut, hvis du har 5 kategorier eller færre.

### Praktisk eksempel

Marketingbudget fordelt på kanaler:

Kanal	Andel
Digital annoncering	45 %
Indhold og SEO	25 %
Events	15 %
PR	10 %
Øvrigt	5 %

En stablet søjle viser fordelingen klart og lader sig nemt sammenligne med næste års budget (en søjle ved siden af).

#### UNDGÅ

3D-lagkage med eksploderede udsnit og gradientfyld. De ser ud som om de er lavet i 2003 og er umulige at aflæse præcist.

## Lektion 4 - Fordeling

**Datahistorie:** Hvordan data spreder sig på tværs af intervaller.

**Eksempler:** Alder på kunder, score på en test, ordrestørrelser.

**Vælg:** Histogram. Det viser med det samme, om dine data klumper sig sammen, har outliers eller er skæve.

### Praktisk eksempel

Du vil forstå, hvem dine kunder er. Et histogram over kundealder afslører måske, at du tror du sælger til 25-35-årige, men reelt har størstedelen mellem 40 og 55. Det ændrer din markedsføring.

#### TIP

Eksperimentér med antallet af intervaller (bins). For få = du mister mønstre. For mange = støj. Start med 8-12.

## Lektion 5 - Sammenhæng

**Datahistorie:** Hvordan to målbare størrelser hænger sammen.

**Eksempler:** Annonceforbrug vs. salg, pris vs. konverteringsrate, temperatur vs. energiforbrug.

**Vælg:** Punktdiagram (scatter). Hvert punkt er en observation. Mønsteret - eller manglen på samme - fortæller historien.

### Praktisk eksempel

Du vil vide, om jeres annonceforbrug rent faktisk driver salg. Plotter du månedligt annonceforbrug mod månedligt salg, ser du straks:

- **Stigende mønster** → flere penge giver mere salg (forhåbentlig lineært)
- **Tilfældigt spredt** → tid til at gentænke kanalmixet
- **Aftagende effekt** → I rammer mætningspunkt

#### TIP

Tilføj en lineær trendlinje (højreklik → tilføj tendenslinje).  $R^2$ -værdien giver dig en hurtig pejling af, hvor stærk sammenhængen er.

## De fem klassiske fejl

**1. 3D-lagkagen.** Den forvrænger størrelser - udsnit foran ser større ud end udsnit bag. **Brug altid 2D.**

**2. Regnbuefarverne.** Når alt fremhæves, fremhæves intet. Hold dig til 2-3 farver. Gør det vigtige farvet, **lad resten være gråt.**

**3. Diagram-junk.** Skygger, kanter, baggrundsbilleder, gitterlinjer hvert andet pixel. Slet alt, der ikke hjælper modtageren med at forstå data.

**4. Kurver til kategorier.** En kurve mellem "Laptops" og "Tablets" antyder et flow mellem dem - men der er ingen sammenhæng. **Brug søjler til kategorier, kurver til tid.**

**5. Intetsigende titler.** "Q3 salgsdata" fortæller intet. "Q3-salget faldt 15 % på grund af leverandørproblemer" fortæller historien, før modtageren overhovedet ser tallene.

## Pro-tips der adskiller god fra fremragende

**Start med svaret, ikke med data.** Skriv først én sætning: "Min modtager skal forstå at \_\_\_\_\_." Lav så diagrammet.

**Mindre er mere.** Kan du fjerne noget uden at miste betydning? Fjern det. Legender, gitterlinjer, kanter - væk med dem, hvis de ikke hjælper.

**Brug annotationer.** Tilføj noter direkte på diagrammet ved vigtige punkter. "Kampagne start", "Ny prismodel", "COVID-lockdown".

**Squint-testen.** Træd tilbage og knib øjnene sammen. Kan du stadig se hovedpointen? Hvis ikke, er det for kompliceret.

**Nogle gange er det bedste diagram intet diagram.** Hvis du viser ét tal - "Omsætning: 4,5 mio. kr." - så skriv det stort og fed. Tving det ikke ind i et søjlediagram med én søjle.

## Tjekliste før du deler dit diagram

- Kan jeg sige hovedpointen i én sætning?
- Matcher diagramtypen min datahistorie?
- Er titlen en *konklusion* - ikke bare en beskrivelse?
- Er der maks. 2-3 farver, og fremhæver de det vigtige?
- Har jeg fjernet alt unødvendigt (3D, gitter, kanter, skygger)?
- Består diagrammet squint-testen?

## Afslutning

Diagramvalg er ikke kunst - det er en beslutning. Næste gang du står med et datasæt, lader du være med at panik-klikke gennem galleriet. I stedet stiller du fire spørgsmål, og svaret giver sig selv.

Det handler ikke om at vise alle data, du har samlet. Det handler om at hjælpe et andet menneske til at forstå noget hurtigere, end et regneark ville tillade.

**Det er ikke bare Excel-færdigheder. Det er empati i tabelform.**

--

[Office 365 Eksperten](https://office365eksperten.dk) · office365eksperten.dk