

BEDST PÅ NETTET 2009

JUNI 2009

Bedst på Nettet ejes af Videnskabsministeriet og gennemføres af IT- og Telestyrelsen.

Konceptet for Bedst på Nettet 2009 er udarbejdet af Rambøll Management Consulting for Videnskabsministeriet.

1.	Indledning	1
2.	Overordnet beskrivelse	2
2.1	3 forskellige vurderinger	2
2.2	2009 er et overgangsår for Bedst på Nettet	2
2.3	Baseret på tillid	2
2.4	Hvem deltager i Bedst på nettet	3
2.5	Beregning af point og netkroner	3
2.6	Tidsplan	4
3.	Screeningen – baggrund	5
4.	Screeningen - skema	6
5.	Brugervurderingen - vejledning	13
5.1	Brugervurdering som metode	13
5.2	Netkroner og pointfordeling	13
5.3	Mulighed for selv at tilføje spørgsmål	14
6.	Brugervurderingen – spørgeskema	15
7.	Selvevalueringen - vejledning	17
7.1	Baggrund	17
7.2	Hvad får I som organisation ud af at bruge Bedst på Nettet selvevaluering ?	17
7.3	Nye kriterier og standarder	17
7.4	Digitale løsninger og information	17
7.5	Hvem skal gennemføre selvevalueringen?	17
7.6	Hvad skal selvevalueringen baseres på?	18
7.7	Dækker hele den offentlige sektor	18
7.8	Hvordan benyttes svarmulighederne?	18
7.9	Hvordan udfylder vi spørgeskemaet?	19
7.10	Kun dokumentation, hvis man bliver nomineret	20
7.11	Brug af kommentarfeltet	20
7.12	Åbenhed om resultater	20
7.13	Pointgivning og netkroner	21
7.14	OSS – Ofte stillede spørgsmål	21
8.	Selvevalueringen - spørgeskema	22

1. INDLEDNING

Siden Bedst på Nettet første gang blev lanceret i 2001 er der sket en revolutionerende udvikling indenfor webformidling og digital forvaltning. I den periode har Bedst på Nettet været en væsentlig drivkraft i udviklingen af det offentliges tilstedeværelse på nettet. Bedst på Nettet skal også fremover være katalysator for udviklingen af digitale velfærdsydelser og for realiseringen af det potentiale, der ligger i at udvikle den digitale forvaltning med gevinster for både borgere, samfund og institutioner. Bedst på Nettet skal derfor møde det modenhedsniveau og de målsætninger, der gælder for offentlige netsteder anno 2009.

Det betyder, at den nye generation af Bedst på Nettet har fokus på de offentlige borger- og virksomhedsrettede digitale løsningers effekt og nytteværdi for borgere (og samfund) samt de digitale muligheder for tværoffentligt samarbejde og effektivisering. Det handler om, at brugerne skal opleve en øget kvalitet og fleksibilitet i mødet med det offentlige – og i sidste ende få en lettere hverdag.

I det nye Bedst på Nettet bliver der anlagt et bredere perspektiv og en mere forretningsmæssig tilgang til de *borger- og virksomhedsrettede* digitale løsninger og information. Der vil blive inddraget flere aspekter end tidligere, og det er nu ikke udelukkende hjemmesiden, der vil blive vurderet men også de bagvedliggende strategiske og organisatoriske lag.

Beskrivelsen af det nye koncept indledes med en overordnet beskrivelse om baggrund for og indhold af det nye koncept.

Herefter præsenteres de 3 vurderingsgrundlag som Bedst på Nettet 2009 indeholder. Screeningen, brugervurderingen og selvevalueringen. Først gives en introduktion og vejledning til hvert vurderingsgrundlag og herefter præsenteres det konkrete spørgeskema.

For yderligere information henvises til Bedst på Nettets hjemmeside www.bpn.dk

2. OVERORDNET BESKRIVELSE

2.1 3 forskellige vurderinger

Bedst på Nettet er bygget op om tre forskellige tilgange til at vurdere kvaliteten af de digitale løsninger: et screeningsgrundlag, en brugervurdering og en selvevaluering, som alle tre indgår i tildelingen af netkroner. Screeningsgrundlaget vil vægte med 30%, brugervurderingen med 30% og selvevalueringen med 40% i tildelingen af netkroner.

- **Screeningsgrundlaget** danner på samme måde som tidligere år basis for en vurdering af de enkelte netsteder ud fra en række vurderingskriterier. Sammenlignet med tidligere år vil der indgå færre vurderingskriterier, da nogle områder nu vil blive tænkt ind i de to øvrige undersøgelsesmetoder. Det skal understreges, at der ikke er tilføjet nye vurderingskriterier sammenlignet med sidste år, men alene reduceret antallet sammenlignet med sidste år.
- **Brugervurderingen** skal på samme måde som tidligere år implementeres på de enkelte netsteder. Det nye er, at resultatet af brugervurderingen i år vil have betydning for tildelingen af netkroner og derfor er obligatorisk såfremt man ønsker at deltage i tildelingen af netkroner.
- **Selvevaluering** er det helt nye tiltag i Bedst på Nettet. Som ordet indikerer, er det den enkelte institution der selv skal besvare en række spørgsmål, som fokuserer på det strategiske arbejde med de digitale borger- og virksomhedsrettede løsninger og information. Et arbejde, der er afgørende for at være i stand til at skabe den ønskede effekt og nytteværdi af den digitale indsats. Evalueringen består af 25 spørgsmål.

Alle resultater for de tre vurderinger vil blive offentliggjort på Bedst på Nettetets hjemmeside, ligesom de kan indgå i andre undersøgelser.

2.2 2009 er et overgangså for Bedst på Nettet

Med det nye koncept sættes der nye kriterier og standarder for, hvad der skal til for at være Bedst på Nettet. Det gøres oven i købet med forholdsvis kort varsel. Vi er derfor godt klar over, at besvarelserne i år ikke nødvendigvis kommer til at ligge i top. Det er heller ikke afgørende. Det afgørende er, at Bedst på Nettet fortsat kan tildrage til udviklingen af høj kvalitet og nytteværdi på de offentlige hjemmesider.

2009 bliver derfor et markant overgangså mellem det gamle og det nye Bedst på Nettet. Det er derfor vigtigt at være opmærksom på, at det ikke er muligt at sammenligne sidste års placering i Bedst på Nettet med dette års. En resultatmæssig tilbagegang behøver ikke at dække over at hjemmesiden er blevet dårligere. Årsagen kan i stedet være, at man er stillet overfor nye og for mange sværere vurderingskriterier end tidligere. Omvendt kan det også forekomme, at nogle deltagere i år opnår en højere score i år end tidligere, da de samlet set vurderes højere på det nye udvidede vurderingsgrundlag.

I forbindelse med prisuddelingen i december 2009 for Bedst på Nettet vil vurderingsgrundlaget for 2010 blive præsenteret. På den måde får alle deltagerne over et halvt år til at forberede sig til næste års vurderinger.

2.3 Baseret på tillid

For første gang er det ikke kun screeningen, der skal danne grundlag for at vurdere kvaliteten af den enkelte hjemmeside. Nu er det også brugerne og organisationen selv der bidrager. Bedst På Nettet er baseret på troen på, at alle ønsker at gennemføre en brugervurdering og selvevaluering, der er så retvisende som muligt.

Det er hensigten, at offentlige institutioner kan hente inspiration hos hinanden. Der er derfor åbenhed om selvevalueringen og dens enkelte institutions resultater.

Det eneste tilfælde, hvor Bedst på Nettet vil bede om dokumentation for besvarelsen af selvevalueringen, vil være fra de organisationer, der samlet i Bedst på Nettet scorer højest og dermed bliver nomineret i forbindelse med Bedst på Nettets prisuddeling. Her vil dokumentationen indgå som en del af grundlaget for dommerpanelets samlede vurdering og udvælgelse.

2.4 Hvem deltager i Bedst på nettet

Cirka 650 offentlige deltager i Bedst på nettet 2009. Som noget nyt i år deltager sundhedsinstitutionerne (hospitaller og sygehuse) også i Bedst på Nettet, da de har stor kontaktflade med borgerne og udgør en vigtig del af den offentlige service.

Deltagerne i Bedst på Nettet er delt op i følgende kategorier:

- Statslig forvaltning
- Regional og kommunal forvaltning
- Uddannelsesinstitutioner
- Portaler
- Kulturinstitutioner
- Øvrige offentlige myndigheder
- Sundhedsinstitutioner

2.5 Beregning af point og netkroner

Med hensyn til beregning af netkroner, vil det som tidligere beskrevet være ud fra en vægtning mellem de tre vurderingsgrundlag, hvor screeningsgrundlaget vil vægte med 30%, brugervurderingen med 30% og selvevalueringen med 40% i tildelingen af netkroner.

Resultatet af hver af de tre vurderinger vil være en procent-andel af det samlede antal mulige point, hvilket er det samme beregningsprincip som de tidligere år i bedst på Nettet. Eksempelvis vil det være muligt at opnå 90 point i screeningen. Opnår man reelt 60 point får man en score på screeningen på 67%.

Ved brugervurderingen beregnes den samlede score også ud fra det maksimale antal point sammenholdt med det reelle antal opnåede point. Lad os sætte den score til 73%.

I selvevalueringen er den maksimale pointantal 104. Scorer man her 60 point giver det en score på 58%

Som noget nyt i år vil det være muligt at "neutralisere" pointgivningen, såfremt det ikke er relevant for den pågældende institution. Angiver en deltager eksempelvis i selvevalueringen, at et spørgsmål ikke er relevant for sin organisation trækkes de 4 point, som det maksimalt er muligt at score på dette spørgsmål, ud af det maksimale antal point man kan opnå. Så i stedet for at have det maksimale pointantal på 104 bliver det i dette eksempel sat ned til 100 point. På denne måde undgår man, at der scores maksimum på spørgsmål, der ikke er relevante for den pågældende organisation.

De tre scoringer fra screeningen, selvevalueringen og brugervurderingen bliver ud fra vægtningen på henholdsvis 30%, 40% og 30% omdannet til en samlet score. Det vil i dette eksempel være på 65%.

Den samlede score vil herefter blive konverteret over til et antal netkroner. Hvorledes denne konvertering vil blive gennemført bliver først lagt fast, når der tegner sig et samlet billede af re-

sultaterne. Det skyldes, at der med Bedst på Nettet 2009 sættes der helt nye kriterier og standarder for, hvad der skal til for at være Bedst på Nettet, hvilket giver en forholdsvis stor usikkerhed om resultaterne. Ved at vente med konverteringen til resultaterne foreligger gives der mulighed for at tilpasse vægtningen af konverteringen efter det samlede billede.

Principperne for konverteringen til netkroner i 2010 vil blive offentliggjort sammen med det øvrige vurderingsgrundlag for 2010 i forbindelse med prisuddelingen i december 2009 for Bedst på Nettet.

2.6 Tidsplan

I nedenstående skema er afgivet det videre forløb med Bedst på Nettet. Deltagerne vil løbende blive orienteret om hvad de skal gøre via mail fra Bedst på Nettet Sekretariatet (sendes både til organisationens generelle mailadresse og til den opgivne mailadresse på den webansvarlige i organisationen). Endvidere vil der også løbende komme informationer ud på Bedst på nettets hjemmeside www.bpn.dk.

15. juni-17. august	Gennemførelse af screeningen.
29. juni	Selvevaluering og Brugervurdering offentliggøres.
11. august	Deltagerne modtager information om implementering af brugervurderingsværktøj, herunder hvordan de tre ekstra spørgsmål indføres.
25. august	Deltagerne modtager selvevalueringen og kommenteringsperioden starter.
1. september	Deadline for implementering af brugervurderingsværktøj.
15. september	Frist for besvarelse af brugervurdering og kommentering.
25. september	Afslutning af brugervurdering.
2. oktober	Frist for besvarelse af selvevaluering.
10. november	Offentliggørelse af resultaterne for Bedst på Nettet 2009 og de nominerede til prisuddeling.
1. december:	Prisuddeling og offentliggørelse af vurderingsgrundlag for 2010.

3. SCREENINGEN – BAGGRUND

Screeningsgrundlaget danner på samme måde som tidligere år basis for en vurdering af de enkelte netsteder ud fra en række vurderingskriterier. Grundlaget lægger sig tæt op ad screeningsgrundlaget for 2008. Der er således ikke kommet nye vurderingskriterier til, men sammenlignet med tidligere år indgår der færre vurderingskriterier i år. Grundlaget er blevet revideret ud fra følgende præmisser:

- De steder hvor minimum 95 % af deltagerne fra 2008 opfylder kravet helt eller delvist.
- De steder, som nu dækkes af de to andre undersøgelsesmetoder i Bedst på Nettet (brugervurdering og selvevaluering) eller af IT- og Telestyrelsens Web-tjek.

4. SCREENINGEN - SKEMA

1. Navigation				
Nr.	Emne	Svar	Point	Beskrivelse
1.1	Kan man søge direkte fra en søgeboks på hjemmesidens forside?	Ja	3 p.	Det testes om det er muligt at skrive i et søgefelt placeret på forsiden.
		Nej	0 p.	
1.2	<p>Når søgefunktionen benyttes, vises søgeresultatet da med:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relevant søgning med sigende titel? • Resumé eller første del af teksten? • Søgeord markeret i teksten? <p>Er der mulighed for at sortere i søgehits?</p>	Relevant søgning med sigende titel	1 p.	<p>- Søgefunktionen testes med 3 søgeord, der er relevante for den pågældende hjemmeside.</p> <p>- Søgeresultatet skal vise, at de angivne henvisninger med emneord eller beskrivelser er sigende – ikke '12-10-2002', 'index.html' og lign.</p> <p>- Det skal være muligt at sortere i søgehitsene, eksempelvis på dato eller emne.</p>
		Resumé eller første del af teksten	1 p.	
		Søgeord markeret i teksten	1 p.	
		Mulighed for at sortere i søgehits	1 p.	
		Ingen søgemuligheder	0 p.	
1.3	Er der på forsiden alternative indgange til hjemmesidens indhold? (F. eks. sitemap, alfabetisk indeks, visuel indgang, geografisk indgang)	To eller flere indgange	3 p.	Der testes om der er alternative indgange på hjemmesiden, de alternative indgange kan være opbygget af links, f. eks. alfabetisk indeks og sitemap/oversigtskort over hjemmesiden.
		Én indgang	2 p.	
		Ingen indgang	0 p.	
1.4	Bevares navigationsmulighederne, når enkeltsider findes via søgemaskiner?	Ja	2 p.	Testes ved at søge på Google eller anden søgemaskine. Der svares Ja, hvis man let kan navigere fra den fundne enkeltside til hjemmesidens øvrige sider og forsiden.
		Nej	0 p.	

1.5	Er basale navigationselementer til stede på alle sider, og er de placeret samme sted på alle sider og med samme funktionalitet?	Ja	4 p.	<p>Der testes for, om man, uanset hvor på hjemmesiden man er, kan finde ikoner for eller links til min. tre af følgende ting:</p> <ul style="list-style-type: none"> • søgefelt • sitemap • alfabetisk indeks • hjem/til forsiden • kontakt • om hjemmesiden el.lign. <p>Det undersøges også, at navigationselementerne ikke ændrer placering på siderne ved skift mellem siderne, og at de bevarer samme funktionalitet.</p> <p>Pop-up, publikationer, print, selvbetjening etc. er undtaget.</p>
		Nej	0 p.	
1.6	Er titlen i headeren (f.eks. den øverste blå bjælke i Internet Explorer) beskrivende, så den er meningsfuld ved f. eks. tilføjelse til "Foretrukne" og ved søgeresultater i f. eks. Google.	Ja	2 p.	<p>Testes ved at undersøge, om titlen i browserens øverste bjælke er beskrivende, så den er meningsfuld ved f. eks. tilføjelse til "Foretrukne" og ved søgeresultater i f.eks. Google.</p>
		Nej	0 p.	
1.7	<p>Kan samtlige elementer med egen grænseflade anvendes på en enhedsuafhængig måde?''</p> <p>(Med en enhedsuafhængig måde menes, at brugeren kan kommunikere ved hjælp af sin foretrukne input-enhed: mus, tastatur, tale, hovedmus, enkeltkontakt eller andet.</p>	Ja	8 p.	<p>Mange kan eller vil ikke benytte musen. Der testes derfor om man kan få adgang til al funktionalitet på siden også uden brug af mus.</p> <p>Sådan tjekkes, om sidens funktionalitet kan benyttes uden brug af mus.</p>
		Nej	0 p.	

1.8	Kan man ud fra teksten på alle links forstå, hvor de fører hen?	Ja	5 p.	<p>Mange hjemmesider er bygget op med små bidder af en tekst efterfulgt af link som "Klik her", "Læs mere", "Læs artikel" eller "Klik for at læse mere". Der testes om denne form for links fortæller brugeren, hvor linket fører hen, et link som "Læs mere" fortæller f.eks. ikke hvor linket fører hen. Mennesker, der benytter skærmlæsere, vil typisk lave en liste over link på siden for at få et hurtigt overblik over sidens navigationsmuligheder. "Læs mere" giver ikke noget overblik og ingen reel viden om hvilke links, der findes på en side. Dette gælder i øvrigt al form for maskinel aflæsning – som f. eks. aflæsning af søgerobotter m.m.</p> <p>Sådan tjekkes, om målet for alle links er klart identificeret.</p>
		Nej	0 p.	

2. Digitale selvbetjeningsløsningers brugervenlighed

2	Er selvbetjeningsløsninger relevant for hjemmesiden?	Ja	Screeningen fortsættes ved spørgsmål 2.1	I langt de fleste tilfælde vil selvbetjeningsløsninger være relevante for offentlige hjemmesider. Svaret nej benyttes kun i de meget få tilfælde, hvor selvbetjeningsløsninger ikke er relevante.
		Nej	Screeningen går videre til pkt. 3 Pointgivningen neutraliseres	

2.1	Er der i hjemmesidens navigation en tydelig og fremtrædende samlet indgang til "Selvbetjening" (al hjemmesidens digitale selvbetjening)?	Ja	3 p.	Der testes om siden giver overblik over og adgang til de forskellige selvbetjeningsløsninger.
		Nej	0 p.	
		Ikke relevant	Pointgivningen neutraliseres	
2.2	Kan man få overblik over sagsforløbet for hver enkelt selvbetjeningsløsning, inden man påbegynder selvbetjening?	I høj grad.	6 p.	Det sagsforløb, som er knyttet til de enkelte løsninger, testes for om det tydeligt fremgår, f.eks. om brugeren modtager kvittering ved indsendelse og oplysning om det videre forløb.
		I nogen grad	3 p.	
		Kravene udfyldes ikke	0 p.	
		Ikke relevant	Pointgivningen neutraliseres	
2.3	Gives der, inden man påbegynder selvbetjening, et overblik over sagsgang, hvilke dokumenter og oplysninger, der skal bruges i forbindelse med selvbetjeningen m.v.?	I høj grad: 5 p.	5 p.	Det testes om siden giver et overblik over, hvilke dokumenter og oplysninger, det kræver at gennemføre selvbetjeningen.
		I nogen grad	3 p.	
		Nej	0 p.	
		Ikke relevant	Pointgivningen neutraliseres	
2.4	Er det muligt at afbryde selvbetjeningen, gemme de trin, som er gennemført og genoptage den på et senere tidspunkt?	Ja	2 p.	Det testes om det er muligt at gemme selvbetjeningen og optage den på et senere tidspunkt.
		Nej	0 p.	
		Ikke relevant	2 p.	
2.5	Er der mulighed for personlig hjælp til de digitale selvbetjeningsløsninger?	Ja	6 p.	Det undersøges, om der er mulighed for personlig hjælp til selvbetjeningsløsninger fx hotline, chat, e-dialog. Det testes, om der er tydelig henvisning til mulighederne.
		Nej	0 p.	
		Ikke relevant	Pointgivningen neutraliseres	

2.6	Anvendes digital signatur i de digitale selvbetjeningsløsninger, hvor en entydig personidentifikation er nødvendig?	Ja, der anvendes digital signatur	6 p.	Det testes, om der skal anvendes digital signatur de relevante steder på hjemmesiden. Læs evt. mere på http://www.digitalsignatur.dk
		Nej	0 p.	
		Ikke nødvendig/ikke relevant	Pointgivningen neutraliseres	
2.7	Er der mulighed for adgang til egne data/egen sag?	Ja	2 p.	Der testes om brugeren har mulighed for at få adgang til egne data. Eksempler på hjemmesider, der giver adgang til egne data er: www.Sundhed.dk www.Minsu.dk www.gentofte.dk
		Nej	0 p.	
		Ikke relevant	Pointgivningen neutraliseres	

3. Åbenhed og Nytteværdi

3.1	Findes institutionens/portalens adresse, telefonnummer og e-mailadresse på forsiden?	Alle de nævnte data findes	4 p.	Der testes om de relevante data findes. Det vurderes om disse oplysninger evt. ikke er relevante for den pågældende myndighed. For nogle hjemmesider, f. eks. i nogle tilfælde portaler, er det ikke relevant at kunne finde kontaktoplysninger med alle data. Der gives 4 p. for ikke relevant, hvis det skønnes, at en borger ikke har behov for at finde alle disse oplysninger på den givne hjemmeside.
		Der mangler én type data	2 p.	
		Der mangler alle eller to typer data	0 p.	
		Ikke relevant	Pointgivningen neutraliseres	

3.2	Er der en oversigt over institutionens/portalens kontorers/funktioners e-mailadresser?	Begge dele	4 p.	Der testes om, der er en oversigt over e-mailadresser på hjemmesiden placeret under "Om hjemmesiden", "Kontakt", "Organisation" eller lignende.
		Kun hovedpostkasse	2 p.	
		Kun afdeling/funktion	1 p.	
		Ikke relevant	Pointgivningen neutraliseres	
		Ingen af delene	0 p.	
3.3.	Er der mulighed for krypteret e-mailkommunikation med institutionen/portalen?	Ja	3 p.	Det testes om det fremgår af teksten sammen med hjemmesidens kontaktoplysninger, f. eks. under "Kontakt" og andre steder, hvor information om henvendelser til institutionen omtales (BEMÆRK: eDag2-logo er ikke tilstrækkeligt). Læs evt. mere om sikker e-post: Digital signatur
		Nej	0 p.	
3.4	Kan man abonnere på nyheder fra institutionen/hjemmesiden via e-post, SMS, RSS-feeds eller tilsvarende format?	Ja	3 p.	Det testes om nyhedsbrev/nyheder sendes automatisk, når de foreligger, eller der sendes e-post, SMS-besked, RSS-feed eller lignende, når der er ændringer på hjemmesiden, eller et nyhedsbrev/nyheder foreligger på hjemmesiden. Ved brug af RSS skal RSS-logoet optræde.
		Nej	0 p.	
3.5	Fremgår det, hvornår hjemmesiden sidst blev opdateret?	Ja	2 p.	Det testes om der er dato for opdatering på alle sider. Datoangivelse på forsiden kan være i forbindelse med en nyhed.
		Nej	0 p.	
3.6	Har institutionen/hjemmesiden retningslinjer for håndtering af personoplysninger, som offentliggøres eller indsamles via hjemmesiden?	Ja	3 p.	Det testes om der er information om, hvorvidt organisationen anvender de oplysninger, der logges, når man besøger hjemmesiden (og i givet fald, hvordan) og om der er information om, hvordan cookies anvendes. Informationen bør ligge på forsiden eller under "Om hjemmesiden".
		Nej	0 p.	

3.7	Er hjemmesiden udarbejdet i valid HTML? (Hermed menes, om dokumentet overholder de officielle, formelle grammatikker, og om det indeholder en dokumenttypeerklæring, der henviser til en publiceret DTD).	Ja	8 p.	<p>At benytte valid HTML er en forudsætning for, at hjemmesiden kan benyttes af alle, uanset hvilket styresystem eller hvilken browser der benyttes, der testes derfor om hjemmesiden er udarbejdet i valid HTML.</p> <p>Der er mange måder en hjemmeside kan fejle på, således at den i testen vil fremstå som ikke valid. Men der er også forskel på, hvor graverende disse fejl er - eller rettere: om de afslører, at hjemmesiden bestræber sig på at gøre tingene korrekt. Det er derfor muligt at få point, selvom siden ikke er 100 % valid - det anføres som "Delvist". Dette kræver, at der er tale om maksimalt to fejl, der så muligvis går igen mange gange, eller at der er maksimalt fire fejl på en side (sju-skefejl), men kun én gang hver. I begge tilfælde skal siden have angivet en dokumenttypeerklæring (doctype) samt et tegnsæt.</p> <p>Om hjemmesiden valideres tjekkes på: http://validator.w3.org/.</p>
		Delvist	4 p.	
		Nej	0 p.	
3.8	Ligger publikationer, rapporter og andet materiale i html efter statens standard for elektronisk publicering?	Alle	4 p.	<p>Det testes om relevante publikationer er i HTML-format. Hvis det skønnes, at institutionen/portalen ikke har nogen relevante publikationer, der burde være på hjemmesiden, gives 4 p. for ikke relevant.</p> <p>Læs mere om Netpublikationer</p>
		Halvdelen	2 p.	
		Ingen af publikationerne på hjemmesiden ligger i tilgængeligt format	0 p.	
		Ikke relevant, for der ligger ingen publikationer	Pointgivningen neutraliseres	
3.9	Er der mulighed for at få hjemmesidens tekst læst op?	Ja	3 p.	<p>Det testes om hjemmesiden har en oplæsningsfunktion på alle sider. Se f. eks. http://www.dmi.dk/dmi/index/danmark.htm</p> <p>Man kan i stedet for vælge på alle sider at linke til http://www.adgangforalle.dk/, hvor brugeren kan hente en oplæsningsfunktion.</p>
		Nej	0 p.	

5. BRUGERVURDERINGEN - VEJLEDNING

Bedst på Nettet er bygget op om tre forskellige tilgange til at vurdere kvaliteten af digitale borger og virksomhedsrettede løsninger: et screeningsgrundlag, en online brugervurdering og en selvevaluering. I det følgende beskrives brugervurderingen nærmere.

Brugernes vurdering af den enkelte hjemmeside indgår i den samlede tildeling af netkroner. Ønsker man at deltage i tildelingen af netkroner, er det derfor nødvendigt at være med i brugervurderingen. Det er frivilligt, om man vil bruge Bedst på Nettet brugervurderingsværktøj eller integrere spørgsmålene i et andet spørgeskema. Vælges sidstnævnte løsning, skal Bedst på Nettet spørgsmål gengives med præcis ordlyd og svarmulighed for at deltage i tildelingen af netkroner. Spørgsmålene i brugervurderingen er formuleret, så de omfatter brugernes generelle vurdering af hjemmesiden, brugernes vurdering af navigationen og formidlingen samt brugerens vurdering af det samlede udbytte af hjemmesiden.

5.1 Brugervurdering som metode

En online brugervurdering kan give et overordnet billede af brugernes tilfredshed med en hjemmeside. Brugervurderingen giver nogle fingerpeg og indikationer af, hvor hjemmesidens styrker og svagheder ligger, men den kan ikke give svar på *hvad og hvorfor* brugerne svarer, det de gør, eller hvad de efterspørger i stedet. Det er derfor oplagt at bruge resultatet fra brugervurderingen som udgangspunkt for videre kvalitative undersøgelser af hjemmesiden – f.eks. usability-tests, fokusgrupper eller brugerfora.

Alle resultater fra brugervurderingen vil blive offentliggjort på Bedst på Nettet hjemmeside. Udover at indgå i vurderingen i Bedst på Nettet, kan data efterfølgende blive brugt i andre sammenhænge i relation til de offentlige institutioners brug af it.

5.2 Netkroner og pointfordeling

Resultaterne fra brugervurderingen indgår i den samlede tildeling af netkroner med en vægtning på 30% (hertil kommer screeningen 30% og selvevalueringen med 40%).

For at resultaterne fra brugervurderingen kan indgå i tildelingen, kræver det dog, at der er mindst 30 besvarelser. 30 besvarelser er et absolut minimum for at få nogenlunde retvisende fingerpeg om brugernes vurderinger. Såfremt der kommer færre end 30 besvarelser offentliggøres resultaterne ikke, og brugervurderingen udgår i tildelingen af netkroner. I det tilfælde kommer tildelingen af netkroner kun til at basere sig på de to andre vurderinger, screeningen og selvevalueringen. Det vil ske ved, at de to vurderinger kommer til at indgå med en relativ større vægtning (henholdsvis 43% og 57%).

I forbindelse med offentliggørelsen af resultaterne for brugervurderingen vil der også blive angivet hvor mange besvarelser, vurderingen er baseret på.

De 9 spørgsmål i brugervurderingen indgår med lige stor vægtning. Pointfordelingen mellem de forskellige svarmuligheder er som følger

Meget enig	6 point
Enig	4 point
Uenig	2 point
Meget uenig	0 point
Ved ikke:	indgår ikke i beregningen

5.3 Mulighed for selv at tilføje spørgsmål

Ud over de 9 faste spørgsmål har hver enkelt deltager i Bedst på Nettet mulighed for selv at tilføje tre ekstra spørgsmål. Disse spørgsmål vil ikke indgå i den samlede vurdering, men er udelukkende en ekstra service til deltagerne. De tre spørgsmål skal kunne besvares inden for samme svarmuligheder som de øvrige spørgsmål (meget enig, enig, uenig, meget uenig og ved ikke).

De tre ekstra spørgsmål vil ikke indgå i beregningen af netkroner, da de vil være forskellige fra organisation til organisation.

6. BRUGERVURDERINGEN – SPØRGESKEMA

Tekst til brugerne:

Brugerundersøgelse - din vurdering er vigtig for os

Din vurdering af vores hjemmeside er vigtigt for os, så vi hele tiden kan blive bedre til at ramme dine behov og ønsker. Så vi håber, at du vil bruge 5 minutter til at besvare de 14 spørgsmål.

Brugerundersøgelsen er en del af Bedst på nettet, som er en samlet vurdering af kvaliteten af offentlige hjemmesider i Danmark. Projektet gennemføres af Videnskabsministeriet og IT- og Telestyrelsen. Læs mere på www.bpn.dk

		Meget enig	Enig	Uenig	Meget uenig	Ved ikke
1	Hjemmesiden giver umiddelbart et positivt helhedsindtryk.					
2	Kvaliteten af hjemmesidens indhold er højt.					
3	Det er nemt at finde rundt på hjemmesiden.					
4	Teksterne på hjemmesiden er skrevet i et klart og letforståeligt sprog.					
5	Jeg fandt let det, jeg ledte efter					
6	Jeg oplever ikke, at der er noget på hjemmesiden, der ikke virker.					
7	Hjemmesiden indeholder det, jeg har behov for					
8	Hjemmesiden giver mig fordele, som jeg ikke kan opnå på andre måder (eks. via telefon, brev/mail eller personlig kontakt).					
9	Hjemmesiden lever op til mine forventninger.					
10	Spørgsmål efter den enkelte organisations eget valg					
11	Spørgsmål efter den enkelte organisations eget valg					
12	Spørgsmål efter den enkelte organisations eget valg					

Tekst til brugerne:

Baggrunds-spørgsmål

Vi håber, at du også vil besvare de sidste 2 baggrundsspørgsmål, da det vil hjælpe os i vores arbejde.

1. Benytter du hjemmesiden i forbindelse med:

- a) dig selv som privat-person
- b) dit arbejde i en privat virksomhed
- c) dit arbejde i en offentlig organisation
- d) dit arbejde inden for samme organisation som hjemmesiden repræsenterer
- e) din uddannelse
- f) andet

2) Hvor ofte har du besøgt denne hjemmeside?

- a) En gang
- b) To til fire gange
- c) Fem til ti gange
- d) Flere end ti gange

7. SELVEVALUERINGEN - VEJLEDNING

Bedst på Nettet er bygget op om tre forskellige tilgange til at vurdere kvaliteten af digitale borger- og virksomhedsrettede løsninger og information: et screeningsgrundlag, en online bruger-vurdering og en selvevaluering. I det følgende beskrives selvevalueringen nærmere.

7.1 Baggrund

Formålet med selvevalueringen er at komme "bag skærmen" for at fokusere på det strategiske arbejde med de digitale borger- og virksomhedsrettede løsninger og information. Et arbejde, der er afgørende for at være i stand til at skabe den ønskede effekt og nytteværdi af den digitale indsats. Bag spørgsmålene ligger bl.a. [e-2012](#) og den [fællesoffentlige digitaliseringsstrategi](#) som overordnede strategiske pejlemærker. Spørgsmålene er alle knyttet til arbejdet med at skabe effekt og nytteværdi for såvel borgere og virksomheder som organisation selv. I år lægger Bedst på Nettet stor vægt på spørgsmål vedrørende aktiviteter og tiltag, der skal være med til at sikre effekt og nytteværdi. I de kommende år vil Bedst på Nettet i højere grad spørge mere ind til de konkrete effekter og nytteværdi.

7.2 Hvad får I som organisation ud af at bruge Bedst på Nettets selvevaluering ?

Selvevalueringen har fokus på det bagvedliggende strategiske arbejde med digitale borger- og virksomhedsrettede løsninger og information. Selvevalueringen er en mulighed for at igangsætte de interne diskussioner om, hvordan deltagerne arbejder med digitale løsninger og information, og hvordan det arbejde kan blive bedre. Selvevalueringen er en landsdækkende undersøgelse, og ved at deltage kan den enkelte myndighed sammenligne resultaterne med andre myndigheder og måske få tips og gode råd til, hvordan de digitale løsninger kan udvikles og forbedres. Derudover kan den enkelte myndighed bruge Bedst på Nettet til intern udvikling af organisationen.

7.3 Nye kriterier og standarder

Med selvevalueringen sætter Bedst på Nettet nye kriterier og standarder for, hvad der skal til for at være Bedst på Nettet. Det sker endog med forholdsvis kort varsel. Det betyder, at besvarelserne i år ikke nødvendigvis kommer til at ligge i toppen. Det er heller ikke afgørende. Det afgørende er, at Bedst på Nettet fortsat kan bidrage til udviklingen af høj kvalitet og nytteværdi på de offentlige hjemmesider.

7.4 Digitale løsninger og information

I selvevalueringen benyttes begrebet "Digitale løsninger og information" som gennemgående term i alle spørgsmål. *Digitale løsninger* favner forskellige typer og former for selvbetjeningsløsninger på internettet lige fra avancerede sagsbehandlingsløsninger til enkelte download-muligheder af PDF-skemaer. Med *information* fokuseres der på den information der er tilgængelig i digital form på internettet eller via andre digitale medier.

Spørgsmålene i selvevalueringen er knyttet til de *borger- og virksomhedsrettede* digitale løsninger og information. Bedst på Nettet fokuserer udelukkende på arbejdet med de digitale løsninger og information, der relaterer sig til den hjemmeside, der er udtrykket til at deltage i Bedst på Nettet. Bedst på Nettet fokuserer dermed ikke på effekt og nytteværdi af de mere internt rettede digitale løsninger som intranet, ESDH mv.

7.5 Hvem skal gennemføre selvevalueringen?

Mange organisationer vil sandsynligvis blive udfordret på spørgsmålet om, hvem der skal besvare de enkelte dele i selvevalueringen. De borger- og virksomhedsrettede digitale løsninger og infor-

mation er nærmest pr. natur tværgående og dermed svært entydigt at placere ansvarsmæssigt i en organisation. Men igen opfordres alle deltagere til at se det som en god anledning til at skabe fælles forståelse og afklaring med hensyn til roller og ansvarsfordeling.

Der vil sandsynligvis være behov for at involvere flere personer for at gennemføre selvevalueringen, da spørgsmålene dækker forskellige områder og aspekter. Det kunne eksempelvis være den ansvarlige leder for webområdet, fagkontorchefer og den øverste leder i organisationerne. Men det kunne også være andre profiler alt efter organisationstype. Det afgørende er, at man får gennemført en så retvisende og så realistisk selvevaluering som muligt gennem involvering af de relevante personer og ansvarlige ledere. Selvevalueringen kan evt. gennemføres ved afholdelse af en workshop.

Der skal ved afslutningen af selvevalueringen angives navn og titel på én person, som skal stå som samlet ansvarlig for besvarelsen på hele organisationens vegne.

7.6 Hvad skal selvevalueringen baseres på?

Selvevalueringen skal baseres på det arbejde, som deltagerne har gennemført, og de resultater deltagerne har opnået i relation til den hjemmeside, som er udtrykket til at deltage i Bedst på Nettet. Det skal igen understreges, at det ikke skal ses i relation til andre digitale projekter som f.eks. intranet og ESDH. Det er udelukkende arbejdet med hjemmesiden der er i fokus. Der er enkelte organisationer der deltager med mere end én hjemmeside. Disse organisationer skal lave en besvarelse pr. hjemmeside, da selvevalueringen indgår i beregningen af netkroner for den enkelte hjemmeside.

7.7 Dækker hele den offentlige sektor

Selvevalueringen er en del af den samlede vurdering i Bedst på Nettet 2009 og skal på samme måde, som de øvrige vurderingsmetoder (screening og brugervurdering), dække samtlige deltagere. Spørgsmålene i selvevalueringen er således ikke specifikt tilpasset den enkelte deltager, men er formuleret bredt, så de kan dække alle lige fra en kommune med mange digitale selvbetjeningsløsninger mv. til et lille museum, som har informationsformidling som kerneopgave. Deltagernes svar skal derfor vinkles i forhold til deltagerens egen organisation og de forhold der måtte gøre sig gældende for den og andre lignende organisationer. Er der specielle forhold kan det kommenteres i kommentarfeltet. Fordelen ved denne brede tilgang er, at det giver gode muligheder for at benchmarke på tværs af hele den offentlige sektor.

Indsatser og resultater skal derfor vurderes i relation til, om en deltager eksempelvis er en kommune, en kulturinstitution, et gymnasium eller et hospital.

7.8 Hvordan benyttes svarmulighederne?

I det følgende gives en nærmere beskrivelse af de enkelte svarmuligheder i selvevalueringen.

I meget høj grad: Man vurderer her sin organisation til at være optimal inden for det pågældende emne. Optimal forstået som at det ikke kan blive bedre – man er ganske enkelt i den absolutte top, når man sammenligner sig med andre institutioner af samme type.

I høj grad: Man vurderer her sin organisation til at gøre en rigtig god indsats inden for det pågældende emne med et rigtigt godt resultat til følge. Der arbejdes målrettet med emnet, som har stor opmærksomhed i organisationen.

I nogen grad: Man vurderer her sin organisation til at yde en jævn indsats inden for det pågældende emne med lidt blandede resultater til følge. Sammenlignet med andre institutioner af samme type betragter man sin egen organisation som hørende til midterfeltet.

I ringe grad: Man vurderer her sin organisation til at yde en mindre indsats inden for det pågældende emne med ringe resultater til følge. Emnet har ikke den store opmærksomhed i organisationen.

Slet ikke: Man vurderer her sin organisation til slet ikke at have fokus på eller arbejde med det pågældende emne.

Ikke relevant: Man vurderer her, at det pågældende emne slet ikke er relevant for organisationen, uanset hvilke perspektiver man lægger i det. For at denne vurdering vil blive accepteret af Bedst på Nettets sekretariat, skal der gives en begrundelse i "kommentarfeltet" for, hvorfor emnet ikke er relevant. Selve begrundelsen vil dog ikke blive vurderet, men alene om der er givet en begrundelse eller ej. Gives der en sådan begrundelse, og besvarelsen dermed accepteres, vil det pågældende spørgsmål blive neutraliseret og trukket ud af den samlede beregning for den pågældende organisation.

7.9 Hvordan udfylder vi spørgeskemaet?

I finder selvevalueringsskemaet ved at følge det link, der er sendt til jer pr. mail.

Det er muligt at udfylde skemaet af flere omgange. Hver gang der skiftes side, gemmer systemet automatisk indtastningerne. Det er dog nødvendigt, at der skiftes til næste side, før vinduet lukkes, for at indtastningerne gemmes.


	I meget høj grad	I høj grad	I nogen grad	I ringe grad	Slet ikke	Ikke relevant
I hvilket omfang kobles arbejdet med at udvikle borger- og virksomhedsrettede rettede digitale løsninger og information sammen med at skabe forbedrede arbejdsgange og sikre øget effektivitet internt i jeres organisation? ⓘ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arbejder I målrettet med at flytte henvendelser fra analoge til digitale kanaler? ⓘ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arbejder I med at markedsføre jeres digitale løsninger og information? ⓘ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Har I en samlet plan eller strategi for udnyttelse af og samspil mellem de forskellige kommunikationskanaler? (f.eks. via en kanal-strategi) ⓘ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
I hvilken grad har jeres overste ledelse fokus på digitale løsninger og information? ⓘ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Eventuelle kommentarer (obligatorisk ved brug af "Ikke relevant")

Der skiftes side ved at trykke på pil-tasten. Herved gemmes de foreløbige indtastninger

I har således mulighed for at udfylde skemaet i takt med at svarene indsamles i organisationen. Når skemaet er udfyldt, og I når til den sidste side, er alt automatisk gemt. I skal derefter ikke foretage jer yderligere. I har dog fortsat mulighed for at redigere i jeres besvarelse til og med d. 2. oktober 2009 kl. 12.00.

Det er muligt at få vist hjælpeteksterne til de enkelte spørgsmål undervejs i besvarelsen ved at klikke på det lille i-ikon til højre for spørgsmålet. Derved vises hjælpeteksten under spørgsmålet:

Arbejder I med at markedsføre jeres digitale løsninger og information? 

Med den målrettede markedsføring kommunikerer budskabet om de digitale løsninger og information til spørgsmålene: Er målgrupperne for jeres digitale løsninger og information defineret? Informerer I om jeres løsninger og information? Henviser I jer til de forskellige målgrupper, når de i forvejen møder jer? F.eks.:

- Informeres der fast om den digitale løsning, når der sendes breve ud til borgerne (enten bredt eller målrettet)?
- Mødes alle telefonopkald først af en telefonsvarer, som henviser til de digitale løsninger og information?
- Henvises der i al den øvrige kommunikation med borgere og virksomheder (pjecer, publikationer) til de digitale løsninger og information?

7.10 Kun dokumentation, hvis man bliver nomineret

Selvevalueringen er, som ordet siger, en evaluering, deltagerne selv foretager. Bedst på Nettet er baseret på tillid og troen på, at alle ønsker at gennemføre en selvevaluering der er så retvisende som muligt. Endvidere er der fuld åbenhed om selvevalueringen og dens enkelte resultater.

Det eneste tilfælde, hvor Bedst på Nettet vil bede om dokumentation for besvarelsen af selvevalueringen, vil være fra de organisationer der samlet i Bedst på Nettet scorer højest og dermed bliver nomineret i forbindelse med Bedst på Nettets prisuddeling. Her vil dokumentationen indgå som en del af grundlaget for dommerpanelets samlede vurdering og udvælgelse.

Der vil ikke være nogle bestemte indholds- eller formkrav til denne dokumentation, men vil alene være baseret på, hvad den enkelte nominerede organisation selv vurderer vil give den bedste dokumentation for resultaterne af selvevalueringen.

7.11 Brug af kommentarfeltet

Til hvert spørgsmål er der et "kommentarfelt", hvor der kan gives en kort uddybning af vurderingen. Det anbefales, at deltagerne i denne uddybning kort angiver (gerne i punktform), hvilke initiativer der er taget, og hvilken effekt det har skabt. Er der meget specielle forhold, der gør sig gældende for vurderingen inden for det pågældende emne, er det også muligt at angive dette i "kommentarfeltet".

Det skal understreges, at indholdet af "kommentarfelterne" ikke vil blive benyttet i den videre vurdering, men først og fremmest skal ses som en måde at give indsigt og forklaring til sin selvevaluering. Navnlig hvis man ligger meget højt i selvevalueringen, vil det naturligvis være interessant for andre organisationer at få indsigt i, hvilke tiltag der er gennemført, og hvilken effekt disse tiltag har haft.

Det er generelt frivilligt, om man benytter "kommentarfeltet" eller ej. Eneste undtagelse er, som tidligere nævnt, hvis man i selvevalueringen benytter "ikke relevant"-kategorien inden for et emne. Her er det et krav, at denne vurdering begrundes i kommentarfeltet. Kun hvis en sådan begrundelse gives, vil spørgsmålet blive neutraliseret i beregningen af netkroner.

7.12 Åbenhed om resultater

Alle resultater for selvevalueringen inklusiv indholdet af de enkelte "kommentarfelter" vil blive offentligtgjort på Bedst på Nettets hjemmeside.

7.13 Pointgivning og netkroner

Resultaterne fra selvevalueringen indgår i den samlede tildeling af netkroner med en vægtning på 40% (hertil kommer screeningen med 30% og brugervurderingen med 30%).

De enkelte spørgsmål i selvevalueringen indgår med lige stor vægtning. Point-fordelingen mellem de forskellige svar-muligheder er som følger:

I meget høj grad	4 point
I høj grad	3 point
I nogen grad	2 point
I ringe grad	1 point
Slet ikke	0 point
Ikke relevant	Indgår ikke i beregningen

7.14 OSS – Ofte stillede spørgsmål

I forbindelse med gennemførelsen af selvevalueringen i efteråret 2009 vil der blive oprettet et OSS (ofte stillede spørgsmål) på Bedst på Nettets hjemmeside www.bpn.dk. Her vil der være svar på nogle ofte stillede spørgsmål i forbindelse med selvevalueringen.

8. SELVEVALUERINGEN - SPØRGESKEMA

Alle spørgsmål skal besvares ud fra følgende svarmuligheder:

- I meget høj grad
- I høj grad
- I nogen grad
- I ringe grad
- Slet ikke
- Ikke relevant

Benyttes kategorien "ikke relevant", skal der angives en begrundelse for denne vurdering i "kommentarfeltet" der vil være offentlig tilgængelig (se gennemgang af de forskellige svarkategorier i vejledningen til selvevalueringen).

Afsender af besvarelsen

For at sikre forankring og eventuel efterfølgende kontakt skal der angives et navn på en person der står som afsender af besvarelsen på hele organisationens vegne. Vi vil anbefale, at det er en person på chefniveau. Afsendernavnet er nødvendigt for, at besvarelsen kan indgå i den samlede vurdering.

1. Organisatorisk arbejde

		I meget høj grad	I høj grad	I nogen grad	I ringe grad	Slet ikke	Ikke relevant
1.1	I hvilket omfang kobles arbejdet med at udvikle borger- og virksomhedsrettede rettede digitale løsninger og information sammen med at skabe forbedrede arbejdsgange og sikre øget effektivitet internt i jeres organisation?						
1.2	Arbejder I målrettet med at flytte henvendelser fra analoge til digitale kanaler?						
1.3	Arbejder I med at markedsføre jeres digitale løsninger og information?						
1.4	Har I en samlet plan eller strategi for udnyttelse af og samspil mellem de forskellige kommunikationskanaler? (f.eks. via en kanal-strategi)						
1.5	I hvilken grad har jeres øverste ledelse fokus på digitale løsninger og information?						

1.1 Hjælpetekst: Arbejdet med at udvikle og udnytte de borger- og virksomhedsrettede digitale løsninger og information bør integreres med organisationens øvrige arbejde med at skabe forbedringer og effektivitetsgevinster. Digitale løsninger og information skal spille sammen med organisationens øvrige arbejdsgange og procedurer og bør integreres med organisationsforbedringer og optimering af arbejdsforløb.

1.2 Hjælpetekst: For at øge servicen for borgere og virksomheder og for at frigøre ressourcer i den offentlige sektor bør henvendelser flyttes fra analoge til digitale kanaler, hvor det er relevant. Digitale løsninger og information kan give en bedre (f.eks. hurtigere, enklere eller grundigere) service end et personligt fremmøde eller telefonisk henvendelse. Har I især arbejdsopgaver inden for sagsbehandling, handler det f.eks. om selvbetjeningsløsninger. Har I i højere grad fokus på informationsformidling, handler det om at flytte informationsformidlingen fra telefonhenvendelser, papirbaserede medier og personlig kontakt etc. til digitale kanaler for derved på samme tid at kunne frigøre ressourcer og give bedre service til brugerne i form af lettere tilgængelig og måske mere detaljeret information.

1.3 Hjælpetekst: Med den målrettede markedsføring kommunikerer budskabet om de digitale løsninger og information til specifikke, afgrænsede målgrupper via strategisk udvalgte kommunikationskanaler. I kan stille jer selv spørgsmålene: Er målgrupperne for jeres digitale løsninger og information defineret? Informerer I om jeres digitale løsninger og information – hvad den kan bruges til, hvilke fordele der er for brugeren ved at benytte den etc.?. Henvender I jer til de forskellige målgrupper, dér hvor de i forvejen møder jer? F. eks.:

- Informeres der fast om den digitale løsning, når der sendes breve ud til borgerne (enten bredt eller i forhold til bestemte segmenter)?
- Mødes alle telefonopkald først af en telefonsvarer, som henviser til de digitale løsninger og information, før der stilles om til personlig kontakt ?;
- Henvises der i al den øvrige kommunikation med borgere og virksomheder (pjeceer, publikationer, plakater mv.) til de digitale løsninger og information?

Og endelig kan der være tale om deciderede markedsføringskampagner med brug af flere forskellige kommunikationsplatforme som fx radio, tv, trykte medier mv.

1.4 Hjælpetekst: Der er flere muligheder for at kommunikere med det offentlige:

Man kan møde fysisk op, man kan ringe, man kan skrive, og man kan kommunikere digitalt. Disse forskellige kommunikationskanaler opfylder forskellige formål. Arbejder I med en strategi for, hvilke kanaler der med fordel kan benyttes i forskellige tilfælde? Differentieres der mellem, hvilke henvendelser der skal håndteres ved personlig kontakt, og hvilke der skal foregå via brug af digitale løsninger og information? Er brugen af de forskellige kommunikationskanaler målrettet mod brugernes daglige kommunikationsmønstre? I mange tilfælde samles sådanne overvejelser og beslutninger i en [kanal-strategi](#).

1.5 Hjælpetekst: I hvor høj grad er de digitale løsninger og information en integreret del af organisationens overordnede strategi og målsætninger udtrykt gennem den øverste ledelses fokus? Kommer det strategiske fokus til udtryk i konkrete handlinger og aktiviteter? Bliver der allokering tilstrækkeligt med ressourcer på området sammenlignet med andre områder? I hvor høj grad synliggøres og fremhæves arbejdet med digitale løsninger og information for resten af organisationen?

2. Business case og nytteværdi

		I meget høj grad	I høj grad	I nogen grad	I ringe grad	Slet ikke	Ikke relevant
2.1	Når I foretager investeringer i jeres digitale løsninger og information, indgår der da overvejelser om de økonomiske og ressourcemæssige investeringer set i forhold til den forventede nytteværdi? (Eks. gennem opstilling af Business Case)						
2.2	Følger I op på jeres investeringer i digitale løsninger og information i forhold til den forventede nytteværdi? (Eks. ved at følge op på jeres Business Case)						

2.1 Hjælpetekst: Det er vigtigt, at der i beslutningsprocesserne vedrørende investeringer i digitale borger- og virksomhedsrettede løsninger indgår en opgørelse af de samlede omkostninger (ressourcer og økonomi) sat i forhold til en vurdering af, hvilken nytteværdi der kan opnås med disse investeringer (effektivitet og kvalitet for såvel brugerne som organisationen selv). Hvis denne indledende vurdering af omkostninger og forventede nytteværdi mangler, træffer man beslutninger på et usikkert grundlag. Dette kan have negativ effekt på kvaliteten af det gennemførte initiativ, idet initiativet bliver igangsat på et uoplyst grundlag - med manglende målopfyldelse og budgetoverskridelser til følge. En sådan samlet opgørelse og vurdering samles typisk i en [Business Case](#).

2.2 Hjælpetekst: Vender I jævnligt tilbage til jeres investeringer i digitale løsninger og information og vurderer dem i forhold til den forventede nytteværdi? Bruger I eksempelvis løbende en business case som et styringsredskab gennem udviklingsforløbet? Følger I løbende op og justerer? Bruger I efterfølgende erfaringerne som 'lesson learned' i forhold til fremtidige projekter?

3. Tværgående samarbejde

Det skal indledningsvis bemærkes, at begrebet "tværgående samarbejde" omhandler to forskellige typer af samarbejde. For det første menes det interne tværgående samarbejde forstået som internt inden for en fælles organisatorisk enhed, eksempelvis inden for et ministerområde, en kommune eller en region. For det andet menes det eksterne tværgående samarbejde på tværs af forskellige organisatoriske enheder, eksempelvis på tværs af ressort-områder og uden fælles overordnet organisatorisk enhed.

		I meget høj grad	I høj grad	I nogen grad	I ringe grad	Slet ikke	Ikke relevant
3.1	Udnytter I erfaringer fra andre offentlige eller private institutioner inden for digitale løsninger og information?						
3.2	Har I indgået formaliseret samarbejde eller partnerskaber med andre offentlige institutioner i forbindelse med udvikling af jeres digitale løsninger og information?						
3.3	Er jeres organisation aktiv med hensyn til at udbrede jeres viden og erfaringer inden for digitale løsninger og information til andre offentlige institutioner?						
3.4	Arbejder I med at skabe en logisk og enkel sammenhæng mellem jeres digitale service og information og andre relevante offentlig digitale løsninger og information set ud fra brugernes synsvinkel?						

3.1 Hjælpetekst: Opsøger I viden og erfaring fra andre organisationer og henter inspiration, når I planlægger udvikling af nye digitale løsninger og information? Indgår der erfaringer og Best Practice fra andre i forbindelse med jeres valg om lancering af ny digitale løsninger og information?

3.2 Hjælpetekst: Formaliserede samarbejder eller partnerskaber er karakteriseret ved, at der er nogle formelle rammer og strukturer omkring arbejdet. Det kan eksempelvis være en fælles projektbeskrivelse, en styregruppe eller en på forhånd fastlagt møderække. Samarbejdet eller partnerskabet skal samtidig være kendt, godkendt og accepteret af lederne i organisationerne.

3.3 Hjælpetekst: Deler I åbent jeres erfaringer med andre? Modtager I eksempelvis besøg fra andre organisationer? Holder I præsentationer om jeres viden og erfaringer? Deltager I i konferencer, hvor videndeling indgår? Skriver I nyhedsbreve der rækker ud over jeres egen organisation etc.?

3.4 Hjælpetekst: Det er vigtigt at betragte de digitale løsninger og information, man som organisation tilbyder brugerne, ud fra brugernes behov og virkelighed i stedet for organisationens egen struktur og virkelighed. Man bør derfor sammmentænke brugernes brug af ens egne digitale løsninger og information med brugernes brug af andre tilstødende digitale løsninger og information. Man kan eksempelvis arbejde med et livscyklusperspektiv, hændelsestilgang, bruger-cases mv.

4. Brugerfeedback

		I meget høj grad	I høj grad	I nogen grad	I ringe grad	Slet ikke	Ikke relevant
4.1	Benytter i brugerfora eller andre formaliserede metoder til at indsamle brugerfeedback?						
4.2	Udnytter I feedback fra brugerne i forbindelse med jeres arbejde med at udvikle digitale løsninger og information?						
4.3	Udnytter I erfaringer fra kolleger, der har tæt dialog med jeres målgruppe, i forbindelse med jeres arbejde med at udvikle digitale løsninger og information?						

4.1 Hjælpetekst: Er det veldefineret, hvordan I indsamler feedback fra jeres brugere? Gøres det rutinemæssigt (med faste intervaller), gøres det ved forbedringer eller nyudvikling? Samles der løbende op på henvendelser (ris og ros) fra brugerne? Og bruges der eksempelvis metoder som: fokusgrupper, surveybaserede brugervurderinger (spørgeskemaer), usability tests mv.?

4.2 Hjælpetekst: Hvordan udnyttes og anvendes den feedback, I får fra jeres brugere, til at forbedre og udvikle jeres digitale produkter? Udmunder feedbacken sig i konkrete forbedringer eller nye produkter? Udarbejdes der brugsscenarier (beskrivelser af forskellige brugsmønstre og behov i relation til disse) eller personas (fiktive personer der repræsenterer forskellige brugertyper eller målgrupper)?

4.3 Hjælpetekst: Opsøger I input fra de fagpersoner der har tæt personlig kontakt (telefonisk eller face to face) med jeres målgruppe? Og bruger I deres viden og konkrete erfaringer til at designe jeres nye digitale løsninger og information, så de bedst muligt stemmer overens med målgruppens behov? Det kan eksempelvis være input fra sagsbehandlere i relation til udvikling af selvbetjeningsløsninger, fra sygeplejersker i forbindelse med sundhedsfaglig information, fra lærere og pædagoger i relation til digitalt baseret dialog med forældre etc.

5. Effekt og nytteværdi

		I meget høj grad	I høj grad	I nogen grad	I ringe grad	Slet ikke	Ikke relevant
	I hvilket omfang har jeres digitale løsninger og information gennem de sidste par år skabt følgende effekter sammenlignet med tidligere?						
5.1	- bedre service for borgere eller virksomheder						
5.2	- en bedre faglig kvalitet i opgaveløsningen						
5.3	- omlægninger og forenklinger af arbejdsgange						
5.4	- frigørelse af ressourcer						
5.5	- tilbud af nye typer services og ydelser?						
5.6	Er det lykkedes at flytte brugerne fra analoge til digitale kanaler?						
5.7	Har I sat mål for borgere og virksomheders anvendelse af jeres digitale løsninger og information?						
5.8	Følger I op på målene for borgere og virksomheders anvendelse af jeres digitale løsninger og information?						

5.1 Hjælpetekst: Har de digitale løsninger og information efter jeres egen vurdering medført bedre service for borgere eller virksomheder? Denne vurdering kan eksempelvis ske på baggrund af feedback fra de kollegaer der er i personlig kontakt med jeres brugergrupper eller konkret feedback fra jeres brugere.

5.2 Hjælpetekst: Har de digitale løsninger og information medført en bedre faglig kvalitet i løsningen af organisationens kerneopgaver/grundydelser? Dette kan eksempelvis være sagsbehandling eller informationsformidling.

5.3 Hjælpetekst: Har de borger- og virksomhedsrettede digitale løsninger og information haft positiv indflydelse på de bagvedliggende arbejdsgange? Er der sket forbedringer og forenklinger af procedure og Work Flows i organisationen?

5.4 Hjælpetekst: Har brugen af borger- og virksomhedsrettede digitale løsninger og information frigjort ressourcer i organisationen som helhed? Et eksempel på dette er, når henvendelser vedrørende oplysninger eller information eller simple sagsbehandlinger håndteres digitalt, således der med færre ressourcer kan serviceres et større antal brugere og samtidig frigives ressourcer til de områder, hvor eksempelvis personlig kontakt er nødvendig.

5.5 Hjælpetekst: Har I brugt digitale løsninger og information til at udvikle nye og anderledes services end hidtil – er der foretaget produktudvikling af jeres ydelser? Et eksempel på dette kunne være en ny mulighed for brugeren for at få indsigt i egne data/egen sag eller en ny mulighed for at indrapportere oplysninger til det offentlige etc.

5.6 Hjælpetekst: Spørgsmålet er en opfølgning på spørgsmål 1.2 hvor der spørges til, om der arbejdes målrettet med at flytte henvendelser fra analoge til digitale kanaler. I spørgsmålet her (spørgsmål 5.6) spørges der til, hvorvidt det reelt er lykkedes for jer at flytte henvendelser fra analoge til digitale medier. Hvad har resultatet været af jeres indsats? For yderligere uddybning af baggrunden for spørgsmålet henvises til hjælpeteksten til spørgsmål 1.2

5.7 Hjælpetekst: Har I internt i jeres organisation opsat mål for, hvor stor en andel af jeres samlede borger- og virksomhedskontakt der skal ske gennem de digitale løsninger og information, og er disse mål evt. differentieret i forhold til forskellige brugergrupper ?

5.8 Hjælpetekst: Følger I løbende op på, hvorvidt I har opnået de mål, I måtte have opstillet gennem forskellige former for optællinger og registreringer (såfremt I ikke har opstillet mål på området, skal der svares ikke relevant)?

6. Tilgængelighed og brugerhensyn

		I meget høj grad	I høj grad	I nogen grad	I ringe grad	Slet ikke	Ikke relevant
6.1	Har organisationen fokus på at sikre tilgængelighed for alle i forbindelse med indkøb til organisationens hjemmeside (både design, udvikling og software)? Det kan være gennem retningslinier, en indkøbspolitik eller andet.						
6.2	Har I i driften af jeres hjemmeside fokus på at sikre, at indholdet er tilgængeligt for alle? Det kan være gennem retningslinier, organisering af arbejdet, en tilgængelighedspolitik eller andet ?						
6.3	Testes hjemmesiden løbende for tilgængelighed?						

6.1 Hjælpetekst: Findes der en skriftlig nedfældet praksis/politik i forbindelse med at sikre tilgængelighed for alle ved indkøb eller nyudvikling af hjemmesider - enten på organisationsplan eller i større, fællesoffentligt regi. Vurderes efter hvor mange forhold denne praksis dækker, og hvor kendt den er i organisationen.

6.2 Hjælpetekst: Findes der en skriftlig nedfældet praksis/politik, eller er det ved hjælp af en særlig organisering af webarbejdet sikret, at den redaktionelle drift af hjemmesiden sikrer tilgængeligheden af hjemmesidens indhold?

6.3 Hjælpetekst: Bliver hjemmesiden løbende testet eller på anden måde gennemgået for tilgængelighed? Enten ved automatiske, semiautomatiske eller manuelle tests?