

**November 2009**

# **BEDST PÅ NETTET 2010**

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

*Konceptet for Bedst på Nettet 2010 er udarbejdet af Rambøll Management Consulting for Videnskabsministeriet*

## INDHOLD

<b>1.</b>	<b>Indledning</b>	<b>1</b>
<b>2.</b>	<b>Overordnet beskrivelse</b>	<b>2</b>
2.1	Baseret på åbenhed og tillid	2
2.2	Beregning af point og netkroner	2
<b>3.</b>	<b>Screening og baggrund</b>	<b>4</b>
<b>4.</b>	<b>Screeningen – skema</b>	<b>5</b>
<b>5.</b>	<b>Brugervurdelingen - vejledning</b>	<b>14</b>
5.1	Netkroner og pointfordeling	14
5.2	Mulighed for selv at tilføje spørgsmål	14
<b>6.</b>	<b>Brugervurderingen - spørgeskema</b>	<b>15</b>
<b>7.</b>	<b>Selvevalueringen - vejledning</b>	<b>17</b>
7.1	Dækker hele den offentlige sektor	17
7.2	Hvem skal gennemføre selvevalueringen?	17
7.3	Hvad skal selvevalueringen baseres på?	17
7.4	Hvordan benyttes svarmulighederne?	18
7.5	Brug af kommentarfeltet	18
7.6	Kun dokumentation, hvis man bliver nomineret	19
7.7	Pointgivning og netkroner	19
<b>8.</b>	<b>Selvevalueringen - spørgeskema</b>	<b>20</b>
8.1	Afsender af besvarelsen	20

## 1. INDLEDNING

I 2009 lancerede IT- og Telestyrelsen et mere tidssvarende Bedst på Nettet. Screeningskriterierne, der siden 2001 har dannet grundlag for vurderingen af de offentlige hjemmesider, er blevet suppleret med to yderligere metoder til vurdering: en brugervurdering og en selvevaluering. Hermed er der blevet anlagt et bredere perspektiv og en mere forretningsmæssig tilgang til de borger- og virksomhedsrettede digitale løsninger og information<sup>1</sup>. Det er nu ikke udelukkende hjemmesiden, der bliver vurderet, men også de bagvedliggende strategiske og organisatoriske lag. Der er samtidig blevet indført en højere grad af involvering af den enkelte deltager.

Det opdaterede 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 tværføntligt 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.

Deltagerne har taget godt imod de nye tiltag i Bedst på Nettet-vurderingen. 396 organisationer har udfyldt selvevalueringen, og 359 implementerede brugervurderingen på deres hjemmeside. Forhåbentlig vil de positive erfaringer brede sig, så endnu flere organisationer vil deltage i alle tre vurderingsgrundlag i 2010.

2009 var et overgangsår mellem det gamle og det nye Bedst på Nettet. I 2010 videreføres det nye Bedst på Nettet fra 2009 med mindre justeringer af screeningsgrundlag og brugervurdering samt tilføjelse af fem nye spørgsmål i selvevalueringen. Justeringerne er bl.a. baseret på resultaterne fra den spørgeskemaundersøgelse, som alle Bedst på Nettetets deltagere er blevet inviteret til at deltage i, samt to fokusgrupper med repræsentanter fra deltagerne i Bedst på Nettet 2009. Der er lagt vægt på at skabe kontinuitet mellem 2009 og 2010, så det er muligt at lave sammenligninger på tværs af årene og se udviklingen over tid.

Bedst på Nettet vil løbende blive justeret i årene fremover, så IT- og Telestyrelsens vurdering af den offentlige digitale service og information følger med udviklingen inden for området. Der vil dog fortsat være fokus på at holde balancen mellem kontinuitet og fornyelse.

I det følgende gives en overordnet beskrivelse af Bedst på Nettet 2010, dernæst præsenteres de tre vurderingsgrundlag. Først gives en introduktion og vejledning til hvert vurderingsgrundlag, og herefter præsenteres det konkrete spørgeskema.

For yderligere information henvises til Bedst på Nettetets hjemmeside [www.bpn.dk](http://www.bpn.dk)

---

<sup>1</sup> I Bedst på Nettet 2010 benyttes begrebet "Digitale løsninger og information" som gennemgående term. *Digitale løsninger* favner forskellige typer og former for selvbetjeningsløsninger på internettet lige fra avancerede sagsbehandlingsløsninger til 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.

## 2. OVERORDNET BESKRIVELSE

Bedst på Nettet er bygget op om tre forskellige tilgange til at vurdere kvaliteten af digitale borger- og virksomhedsrettede løsninger og information på hjemmesider: et screeningsgrundlag, en onlinebrugervurdering og en selvevaluering.

På baggrund af screeningsgrundlaget vurderes de enkelte hjemmesider ud fra en række kriterier for god brug af webmediet.

Brugervurderingen skal give en indikation af niveauet for brugernes tilfredshed med de enkelte hjemmesider. Brugervurderingen giver nogle fingerpeg om, hvor hjemmesidens styrker og svagheder ligger. Ud over at indgå i Bedst på Nettet vurderingen kan brugervurderingen bruges af deltagerne som udgangspunkt for videre kvalitative undersøgelser af hjemmesiden – f.eks. usability tests, fokusgrupper eller brugerfora.

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 organisationen selv. I 2009 blev der lagt vægt på spørgsmål vedrørende aktiviteter og tiltag, der skal være med til at sikre effekt og nytteværdi. I 2010 er der tilføjet fire nye spørgsmål, som sigter mod de effekter og den nytteværdi, de strategiske tiltag og aktiviteter har haft. Derudover er der tilføjet et spørgsmål om brug af sociale medier.

Selvevalueringen giver mulighed for at igangsætte de interne diskussioner om, hvordan der arbejdes 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.

### 2.1 Baseret på åbenhed og tillid

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 den enkelte institutions resultater. Resultaterne for de tre vurderinger bliver offentliggjort på Bedst på Nettets hjemmeside, ligesom de kan indgå i andre undersøgelser.

### 2.2 Beregning af point og netkroner

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 indgår i tildelingen af netkroner. Screeningsgrundlaget vægter med 30%, brugervurderingen med 30% og selvevalueringen med 40% i tildelingen af netkroner.

Resultatet af hver af de tre vurderinger opgøres som procentandel af det samlede antal mulige point. De tre scoringer fra screeningen, selvevalueringen og brugervurderingen bliver ud fra vægtingen omdannet til en samlet score.

Der gives netkroner til de organisationer, der deltager i alle tre vurderingsgrundlag. Netkronerne fordeles efter følgende skala:

- 0-19% af det maksimale pointtal giver 1 netkrone
- 20-39% af det maksimale pointtal giver 2 netkroner

- 40-59% af det maksimale pointtal giver 3 netkroner
- 60-79% af det maksimale pointtal giver 4 netkroner
- 80-100% af det maksimale pointtal giver 5 netkroner

Læs mere om beregning af point og netkroner på [www.bpn.dk](http://www.bpn.dk).

### 3. SCREENING OG 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 2009. To kriterier er blevet lagt sammen og et enkelt er taget ud. Derudover er der blevet tilføjet 2 spørgsmål omkring muligheden for at vurdere eventuelle selvbetjeningsløsninger. Det drejer sig konkret om følgende:

- 2.2 og 2.3 fra screeningsgrundlaget 2009 omkring overblik over sagsgangen for selvbetjeningsløsninger er nu slået sammen til ét kriterium (2.5).
- 3.7 fra screeningsgrundlaget 2009 omkring valid HTML er taget ud, da dette fremover undersøges af IT- og Telestyrelsens Webtjek.
- Der er tilføjet to nye spørgsmål (2.2 og 2.3): Om der er selvbetjeningsløsninger på hjemmesiden, og om Bedst på Nettet har adgang til disse (der skal på samme måde som tidligere år indsendes test login eller skærbilleder af selvbetjeningsløsninger til Bedst på Nettets sekretariat). Denne ændring betyder, at der gives 0 point i hele sektion to, hvis ikke Bedst på Nettet gives adgang til selvbetjeningsløsningerne ved test log-in eller skærbilleder, medmindre det (i meget få tilfælde) vurderes, at selvbetjening ikke er relevant for hjemmesiden.

## 4. SCREENINGEN – SKEMA

### 1. NAVIGATION

Nr.	Emne	Svar	Point	Beskrivelse
1.1	<b>Kan man søge direkte fra en søgeboks på hjemmesidens forside?</b>	Ja	3 p.	Det testes, om det er muligt at skrive i et søgefelt placeret på forsiden.
		Nej	0 p.	
1.2	<b>Når søgefunktionen benyttes, vises søgeresultatet da med:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relevant søgning med sigende titel?</li> <li>• Resumé eller første del af teksten?</li> <li>• Søgeord markeret i teksten?</li> </ul> <b>Er der mulighed for at sortere i søgehits?</b>	Relevant søgning med sigende titel	Ja: 1 p. Nej: 0 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	Ja: 1 p. Nej: 0 p.	
		Søgeord markeret i teksten	Ja: 1 p. Nej: 0 p.	
		Mulighed for at sortere i søgehits	Ja: 1 p. Nej: 0 p.	
1.3	<b>Er der på forsiden alternative indgange til hjemmesidens indhold? (F. eks. sitemap, alfabetisk indeks, visuel indgang, geografisk indgang)</b>	To eller flere indgange	3 p.	Det 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	<b>Bevares navigationsmulighederne, når enkeltsider findes via søgemaskiner?</b>	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	<b>Er basale navigationselementer til stede på alle sider, og er de placeret samme sted på alle sider og med samme funktionalitet?</b>	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"> <li>• søgefelt</li> <li>• sitemap</li> <li>• alfabetisk indeks</li> <li>• hjem/til forsiden</li> <li>• kontakt</li> <li>• om hjemmesiden el.lign.</li> </ul> <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	<b>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.</b>	Ja	2 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. En meningsfuld titel vil typisk være institutionens navn og evt. overskriften på den side, man befinder sig på.
		Nej	0 p.	

<b>1.7</b>	<b>Kan samtlige elementer med egen grænseflade anvendes på en enhedsuafhængig måde?"</b>  <b>(Med en enhedsuafhængig måde menes, at brugeren kan kommunikere ved hjælp af sin foretrukne input-enhed: mus, tastatur, tale, hovedmus, enkeltkontakt eller andet.)</b>	Ja	8 p.	Mange kan eller vil ikke benytte musen. Det testes derfor, om man kan få adgang til al funktionalitet på siden også uden brug af mus.  Den nemmeste test af dette foretages ved at bevæge sig rundt på siden med tastaturet, typisk tab-tasten.  Husk også at tjekke, om man kan bruge Enter til efterfølgende at følge et link eller få adgang til en funktionalitet - det kan f.eks. være at foretage en søgning.
		Nej	0 p.	
<b>1.8</b>	<b>Kan man ud fra teksten på alle links forstå, hvor de fører hen?</b>	Ja	5 p.	Mange hjemmesider er bygget op med små bidder af en tekst efterfulgt af links som "Klik her", "Læs mere", "Læs artikel" eller "Klik for at læse mere". Det testes ganske enkelt ved at læse teksten på linket, om linkteksten fortæller brugeren, hvor linket fører hen. Et link som "Læs mere" fortæller f.eks. ikke, hvor linket fører hen. Mennesker, der benytter skærm læsere, vil typisk lave en liste over links på siden for at få et hurtigt overblik over sidens navigationsmuligheder. "Læs mere" eller "Klik her" giver ikke noget overblik og ingen reel viden om, hvilke links der findes på en side. Dette gælder i øvrigt for al form for maskinel aflæsning – som f.eks. aflæsning af søgerobotter m.m.
		Nej	0 p.	

## 2. DIGITALE SELVBETJENINGSLØSNINGERS BRUGERVENLIGHED

2.1	Er selvbetjeningsløsninger relevante for hjemmesiden?	Ja	Screeningen fortsættes ved spørgsmål 2.2	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 sektion 3 Pointgivningen neutraliseres	
2.2	Er der en eller flere selvbetjeningsløsninger på hjemmesiden?	Ja	Screeningen fortsættes ved spørgsmål 2.3	
		Nej	Screeningen går videre til sektion 3 Der gives 0 point i hele sektion 2	

2.3	Har Bedst på Nettet adgang til hjemmesidens selvbetjeningsløsninger via test log-in eller indsendte skærmbilleder?	Ja	Screeningen fortsættes ved spørgsmål 2.3	
		Nej	Screeningen går videre til sektion 3 Der gives 0 point i hele sektion 2	
2.4	Er der i hjemmesidens navigation en tydelig og fremtrædende samlet indgang til "Selvbetjening" (al hjemmesidens digitale selvbetjening)?	Ja	3 p.	Det testes, om der er overblik over og adgang til de forskellige selvbetjeningsløsninger.
		Nej	0 p.	Hvis det skønnes, at det kommunikationsmæssigt giver bedre mening kun at have links til selvbetjeningen på det sted, hvor den emnemæssigt hører hjemme, kan der gives 3 points for "Ikke relevant".
		Ikke relevant	Pointgivningen neutraliseres	
2.5	Gives der, inden man påbegynder selvbetjening, et overblik over sagsgang for hver enkelt løsning, herunder hvilke dokumenter og oplysninger der skal bruges i forbindelse med selvbetjeningen?	I høj grad.	6 p.	Det testes, om det tydeligt fremgår, om brugeren får f. eks. oplysning om det videre forløb og modtager kvittering ved indsendelse. Det testes også, om det fremgår, hvilke dokumenter eller oplysninger der skal bruges under selvbetjeningen.
		I nogen grad	3 p.	
		Kravene udfyldes ikke	0 p.	
		Ikke relevant	Pointgivningen neutraliseres	
2.6	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	Pointgivningen neutraliseres	

<b>2.7</b>	<b>Er der mulighed for personlig hjælp til de digitale selvbetjeningsløsninger?</b>	Ja	6 p.	Det undersøges, om der er mulighed for personlig hjælp til selvbetjeningsløsninger f.eks. hotline, chat, e-dialog eller telefonisk hjælp. Det testes, om der er tydelig henvisning til mulighederne.
		Nej	0 p.	
		Ikke relevant	Pointgivningen neutraliseres	
<b>2.8</b>	<b>Anvendes digital signatur i de digitale selvbetjeningsløsninger, hvor en entydig personidentifikation er nødvendig?</b>	Ja, der anvendes digital signatur	6 p.	Det testes, om der skal anvendes digital signatur de relevante steder på hjemmesiden.  Læs evt. mere på <a href="http://www.digitalsignatur.dk">www.digitalsignatur.dk</a>
		Nej	0 p.	
		Ikke nødvendig/ikke relevant	Pointgivningen neutraliseres	
<b>2.9</b>	<b>Er der mulighed for adgang til egne data/egen sag?</b>	Ja	2 p.	Det testes, om brugeren har mulighed for at få adgang til egne data.  Eksempler på hjemmesider, der giver adgang til egne data er:  <a href="http://www.sundhed.dk">www.sundhed.dk</a>  <a href="http://www.minSU.dk">www.minSU.dk</a>
		Nej	0 p.	
		Ikke relevant	Pointgivningen neutraliseres	

## 3. Åbenhed og Nyttевærdi

<b>3.1</b>	<b>Findes institutionens/portalens adresse, telefonnummer og e-mailadresse på forsiden?</b>	Alle de nævnte data findes	4 p.	Det 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	
<b>3.2</b>	<b>Er der en oversigt over institutionens/portalens og dens funktioners e-mailadresser?</b>	Begge dele	4 p.	Det testes, om der er en oversigt over e-mailadresser på hjemmesiden placeret under "Om hjemmesiden", "Kontakt", "Organisation" eller lignende.
		Kun hovedpostkasse	2 p.	
		Kun funktion	1 p.	
		Ikke relevant	Pointgivningen neutraliseres	
		Ingen af delene	0 p.	

<b>3.3.</b>	<b>Er der mulighed for krypteret e-mailkommunikation med institutionen/portalen?</b>	Ja	3 p.	<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).</p> <p>Læs evt. mere om sikker e-post: <a href="#">Digital signatur</a></p>
		Nej	0 p.	
		Ikke relevant	Pointgivningen neutraliseres	
<b>3.4</b>	<b>Kan man abonnere på nyheder fra institutionen/hjemmesiden via e-post, SMS, RSS feeds eller tilsvarende format?</b>	Ja	3 p.	<p>Det testes, om nyhedsbrev/nyheder sendes automatisk, når de foreligger, eller der kan sendes e-post, SMS-besked, RSS feed eller lignende, når der er ændringer på hjemmesiden, eller et nyhedsbrev/nyheder foreligger på hjemmesiden.</p> <p>Ved brug af RSS skal RSS-logoet optræde.</p>
		Nej	0 p.	
<b>3.5</b>	<b>Fremgår det, hvornår hjemmesiden sidst blev opdateret?</b>	Ja	2 p.	<p>Det testes, om der er dato for opdatering på alle sider.</p> <p>Datoangivelse på forsiden kan være i forbindelse med en nyhed. Forsiden kan være undtaget.</p>
		Nej	0 p.	

<b>3.6</b>	<b>Har institutionen/hjemmesiden retningslinjer for håndtering af personoplysninger, som offentliggøres eller indsamles via hjemmesiden?</b>	Ja	3 p.	<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.</p> <p>Informationen bør ligge på forsiden eller under "Om hjemmesiden".</p>
		Nej	0 p.	
<b>3.7</b>	<b>Er der mulighed for at få hjemmesidens tekst læst op?</b>	Ja	3 p.	<p>Det testes, om hjemmesiden har en oplæsningsfunktion på alle sider. Se f.eks. <a href="http://www.dmi.dk/dmi/index/danmark.htm">http://www.dmi.dk/dmi/index/danmark.htm</a></p> <p>Man kan i stedet for vælge på alle sider at linke til <a href="http://www.adgangforalle.dk/">http://www.adgangforalle.dk/</a>, hvor brugeren kan hente en oplæsningsfunktion.</p>
		Nej	0 p.	

## 5. BRUGERVURDELINGEN - VEJLEDNING

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's brugervurderingsværktøj eller integrere spørgsmålene i et andet spørgeskema. Vælges sidstnævnte løsning, skal Bedst på Nettet's 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.

Resultaterne fra brugervurderingen vil blive offentliggjort på Bedst på Nettet's hjemmeside. Ud over 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.

### 5.1 Netkroner og pointfordeling

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

For at resultaterne fra brugervurderingen kan indgå i tildelingen, kræver det dog, at alle spørgsmål har opnået mindst 30 svar. I opgørelsen af antal svar medregnes ikke svar i svarkategorien "Ved ikke". 30 svar er et absolut minimum for at få et nogenlunde retvisende fingerpeg om brugernes vurderinger. Såfremt der kommer færre end 30 svar på blot ét af spørgsmålene i brugervurderingen, 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:

<b>Meget enig</b>	<b>6 point</b>
<b>Enig</b>	<b>4 point</b>
<b>Uenig</b>	<b>2 point</b>
<b>Meget uenig</b>	<b>0 point</b>
<b>Ved ikke</b>	<b>Indgår ikke i beregningen</b>

### 5.2 Mulighed for selv at tilføje spørgsmål

Ud over de ni 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.

Der vil i 2010 desuden være mulighed for at tilføje tre ekstra baggrundsspørgsmål som supplement til de faste baggrundsspørgsmål. I 2010 tilføjes der derudover to faste baggrundsspørgsmål om hhv. køn og uddannelse.

## 6. BRUGERVURDERINGEN - SPØRGESKEMA

### Tekst til brugerne:

Brugerundersøgelse - din vurdering er vigtig for os.

Vi håber, at du vil bruge et par minutter til at besvare nogle spørgsmål om din opfattelse af vores hjemmeside.

Du kan vælge at besvare undersøgelsen *efter* dit besøg på hjemmesiden. Minimér det vindue, der kommer op, når du har klikket ja til at deltage i undersøgelsen. Så kan du besvare spørgeskemaet efter dit besøg.

Ønsker du at deltage i undersøgelsen?

Ja / Nej

Brugerundersøgelsen er en del af Bedst på Nettet, som er en samlet vurdering af kvaliteten af offentlige hjemmesider i Danmark. Projektet ejes af Videnskabsministeriet og gennemføres af IT- og Telestyrelsen. Læs mere på [www.bedstpaanettet.dk](http://www.bedstpaanettet.dk)

		Meget enig	Enig	Uenig	Meget uenig	Ved ikke
1	Hjemmesiden giver umiddelbart et positivt helhedsindtryk.					
2	Kvaliteten af hjemmesidens indhold er høj.					
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, at hjemmesiden 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).					

		Meget enig	Enig	Uenig	Meget uenig	Ved ikke
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 disse 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

#### 3) Er du mand eller kvinde?

- a) Mand
- b) Kvinde

#### 4) Hvad er din uddannelsesmæssige baggrund? Venligst angiv niveauet for højeste fuldførte uddannelse:

- a) Lang videregående uddannelse
- b) Mellemlang videregående uddannelse
- c) Kort videregående uddannelse
- d) Folkeskolen
- e) Andet

#### 5) Baggrundsspørgsmål efter den enkelte organisations eget valg

#### 6) Baggrundsspørgsmål efter den enkelte organisations eget valg

#### 7) Baggrundsspørgsmål efter den enkelte organisations eget valg

## 7. SELVEVALUERINGEN - VEJLEDNING

Selvevalueringen for 2010 læner sig tæt op ad selvevalueringen for 2009, hvor der blev lagt vægt på spørgsmål vedrørende aktiviteter og tiltag, der skal være med til at sikre effekt og nytteværdi. Det er de samme temaer, der berøres, og langt hen ad vejen de samme spørgsmål, der stilles i 2010. Som noget nyt er der tilføjet fire spørgsmål, som sigter mod de konkrete effekter og den nytteværdi, de strategiske tiltag og aktiviteter har haft. Det drejer sig om spørgsmål 1.6, 2.3, 3.5 og 5.9 samt en ændring i ordlyden af spørgsmål 4.2. Derudover er der tilføjet et spørgsmål om brugen af sociale medier (spørgsmål 4.4).

Selvevalueringen 2010 består af i alt 30 spørgsmål inden for temaerne: organisatorisk arbejde, business case og nytteværdi, tværgående samarbejde, brugerfeedback og brugerinddragelse, effekt og nytteværdi samt tilgængelighed og brugerhensyn. Selvevalueringens resultaterne indgår i den samlede beregning af netkroner. Ønsker man at deltage i tildelingen af netkroner, er det derfor nødvendigt at besvare selvevalueringen.

### 7.1 Dækker hele den offentlige sektor

Selvevalueringen er en del af den samlede vurdering i Bedst på Nettet 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 en lille institution med 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. Indsatser og resultater skal derfor vurderes i relation til, hvilken type institution deltageren er. Er der specielle forhold kan det kommenteres i kommentarfeltet. Fordelen ved denne brede tilgang er, at det giver gode muligheder for benchmarking på tværs af hele den offentlige sektor.

### 7.2 Hvem skal gennemføre selvevalueringen?

De borger- og virksomhedsrettede digitale løsninger og information er nærmest pr. natur tværgående og dermed svært entydigt at placere ansvarsmæssigt i en organisation. Der vil derfor 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, fagkontorchefen og den øverste leder i organisationen. 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. Alle deltagere opfordres til at se selvevalueringen som en god anledning til at skabe fælles forståelse og afklaring med hensyn til roller og ansvarsfordeling.

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.

### 7.3 Hvad skal selvevalueringen baseres på?

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.

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. Der er enkelte organisationer, som 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.

#### 7.4 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. Benyttes denne svarkategori, skal svaret begrundes i kommentarfeltet. På den måde vil de bedste tiltag på området efterfølgende kunne fungere som illustrative best case eksempler for de øvrige deltagere og andre interesserede. Begrundelserne skal være i overskriftsform, som få eksempler i punktform eller som links til uddybende materiale.

**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 nettet, skal der gives en begrundelse i "kommentarfeltet" for, hvorfor emnet ikke er relevant. Selve begrundelsens rigtighed vil ikke blive vurderet, men alene om der er givet en saglig 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. Der må dog maksimalt svares "Ikke relevant" til 15 af de 30 spørgsmål, for at besvarelsen kan indgå i den samlede vurdering.

#### 7.5 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 "Kommentarfeltet" 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. Desuden er "Kommentarfelterne" en oplagt mulighed for at videndele, idet kommentarerne vil blive offentliggjort, når resultaterne af Bedst på nettet 2010 publiceres på [www.bedstpaanettet.dk](http://www.bedstpaanettet.dk)

Det er generelt frivilligt, om man benytter "Kommentarfeltet" eller ej. De eneste undtagelser er, som nævnt ovenfor, hvis man i selvevalueringen benytter svarkategorierne "Ikke relevant" og "I meget høj grad". Her er det et krav, at der angives en begrundelse i kommentarfeltet. Hvis man vurderer sit arbejde meget højt i selvevalueringen, vil det være særligt interessant for andre organisationer at få indsigt i, hvilke tiltag der er gennemført, og hvilken effekt disse tiltag har haft. For at understøtte videndelingen mellem deltagerne stiller Bedst på nettet krav om, at det uddy-

bes, når man vurderer sin indsats som "den bedste i klassen" inden for et givent område. Hvis man vurderer spørgsmålet som ikke relevant for sin organisation, skal det kunne begrundes sagligt. Kun hvis en sådan begrundelse gives, vil spørgsmålet blive neutraliseret i beregningen af netkroner.

Alle resultater for selvevalueringen inklusive indholdet af de enkelte "Kommentarfelter" vil blive offentliggjort på Bedst på Nettet's hjemmeside.

## 7.6 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 Nettet's prisuddeling. Her vil dokumentationen indgå som en del af grundlaget for dommerpanelets samlede vurdering og udvælgelse.

Krav til indhold og form til dokumentationen vil blive meddelt de nominerede.

## 7.7 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. Pointfordelingen mellem de forskellige svarmuligheder 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

Det er muligt at "neutralisere" pointgivningen for enkelte spørgsmål i selvevalueringen, såfremt det ikke er relevant for den pågældende institution. Der må dog, som tidligere nævnt, maksimalt svares "Ikke relevant" til 15 af de 30 spørgsmål, for at besvarelsen kan indgå i den samlede vurdering, og det kræver en saglig begrundelse i "Kommentarfeltet" at benytte "Ikke relevant" som svar.

## 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 kategorierne "I meget høj grad" eller "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).

### 8.1 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
<b>1.1</b>	Kobler I arbejdet med at udvikle digitale løsninger og information sammen med jeres arbejde med at skabe effektive, brugerrettede sags gange og dermed øget service?						
<b>1.2</b>	Arbejder I målrettet med at flytte henvendelser fra analoge til digitale kanaler?						
<b>1.3</b>	Arbejder I med at markedsføre jeres borger- og virksomhedsrettede digitale løsninger og information?						
<b>1.4</b>	Har I en samlet plan eller strategi for udnyttelse af og samspil mellem de forskellige kommunikationskanaler (f.eks. via en kanal-strategi)?						
<b>1.5</b>	I hvilken grad har jeres øverste ledelse fokus på de borger- og virksomhedsrettede digitale løsninger og information?						
<b>1.6</b>	Er ansvaret for realisering af målsætninger i forbindelse med digitale løsninger og information klart defineret?						

**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:** I markedsføring kommunikeres 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 (pjece, 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 f.eks. 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 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 allokeret tilstrækkeligt med ressourcer på området sammenlignet med andre områder? I hvor høj grad synliggøres og fremhæves arbejdet med de borger- og virksomhedsrettede digitale løsninger og information for resten af organisationen?

**1.6 Hjælpetekst:** For at sikre et konstant fokus på og prioritering af de målsætninger, der er sat op i forbindelse med digitale løsninger og information, er det nødvendigt at have defineret, hvem der har ansvaret for realiseringen af målsætningerne.

## 2. Business case og nytteværdi

		I meget høj grad	I høj grad	I nogen grad	I ringe grad	Slet ikke	Ikke relevant
<b>2.1</b>	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)						
<b>2.2</b>	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)						
<b>2.3</b>	Bruger I overvejelserne om de økonomiske og ressourcemæssige investeringer set i forhold til den forventede nytteværdi (f. eks. Business Case) som styringsgrundlag gennem hele udviklingsforløbet, og evaluerer I løbende på investeringernes nytteværdi?						

**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:** Følger I op på jeres investeringer i digitale løsninger og information ved afslutningen af udviklingsforløb? Bruger I efterfølgende erfaringerne som 'lesson learned' i forhold til fremtidige projekter?

**2.3 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?

### 3. Tværgående samarbejde

Det skal indledningsvis bemærkes, at begrebet "tværgående samarbejde" omhandler to forskellige typer samarbejde. Med 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. Med det andet menes det eksterne tværgående samarbejde på tværs af forskellige organisatoriske enheder, eksempelvis på tværs af ressortområder og uden fælles overordnet organisatorisk enhed.

		I meget høj grad	I høj grad	I nogen grad	I ringe grad	Slet ikke	Ikke relevant
<b>3.1</b>	Udnytter I erfaringer fra andre offentlige eller private institutioner inden for digitale løsninger og information?						
<b>3.2</b>	Har I indgået formaliseret samarbejde eller partnerskaber med andre offentlige institutioner i forbindelse med udvikling af jeres digitale løsninger og information?						
<b>3.3</b>	Er jeres organisation aktiv med hensyn til at udbrede jeres viden og erfaringer inden for digitale løsninger og information til andre offentlige institutioner?						
<b>3.4</b>	Arbejder I med at skabe en sammenhæng mellem jeres digitale service og information og andre relevante offentlige digitale løsninger og information, så det for brugeren fremstår logisk og enkelt?						
<b>3.5</b>	Når I at opfylde målsætningerne i forbindelse med eDag3 d. 1. november 2010?						

**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 den respektive ledelse 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 sammentænke 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.

**3.5 Hjælpetekst:** eDag3 gælder for stat, regioner og kommuner, for andre er spørgsmålet ikke relevant. Læs mere om eDag3 på [www.edag3.dk](http://www.edag3.dk).

## 4. Brugerfeedback og brugerinddragelse

		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	Har brugerfeedback givet anledning til konkrete forbedringer eller ændringer af jeres 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?						
4.4	Vi har undersøgt hvilke muligheder og fordele de sociale medier kan give vores organisation, og har fastlagt retning og principper for vores brug af disse medier for de kommende par år.						

**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:** Har holdninger eller input fra jeres brugere fået jer til at ændre indholdet eller formen af jeres digitale løsninger og information? Eller har brugerne givet jer idéer til nyskabelser på jeres hjemmeside?

**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.

**4.4 Hjælpetekst:** Sociale medier dækker bl.a., men ikke udelukkende, internetfora, weblogs, wikis, podcasts og video-sider. Eksempler på konkrete tjenester er: Wikipedia, Youtube, MySpace og FaceBook samt microblogging-tjenester som f.eks. Twitter. Sociale medier er karakteriseret ved en høj grad af deltagelse og inddragelse af brugerne. Medierne opfordrer brugerne til selv at bidrage med deres eget indhold, og der opstår dialog – hhv. mellem brugerne og mellem organisation og brugere.

## 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?						
<b>5.1</b>	- bedre service for borgere eller virksomheder						
<b>5.2</b>	- en bedre faglig kvalitet i opgaveløsningen						
<b>5.3</b>	- omlægninger og forenklinger af arbejdsgange						
<b>5.4</b>	- frigørelse af ressourcer						
<b>5.5</b>	- tilbud af nye typer servicier og ydelser?						
<b>5.6</b>	Er det lykkedes at flytte brugerne fra analoge til digitale kanaler?						
<b>5.7</b>	Har I sat mål for borgere og virksomheders anvendelse af jeres digitale løsninger og information?						
<b>5.8</b>	Følger I op på målene for borgere og virksomheders anvendelse af jeres digitale løsninger og information?						
<b>5.9</b>	Når I de mål, I har sat for borgere og virksomheders anvendelse af de borger- og virksomhedsrettede 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 flow 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 at 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 servicier (eller produktudvikling af jeres ydelser), som giver brugerne en merværdi - dvs. en værdi, som de ikke ville kunne opnå på anden vis? 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 af jeres indsats været? 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 foregå 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")?

**5.9 Hjælpetekst:** Hvad viser opfølgningen på jeres mål for borgere og virksomheders anvendelse af de borger- og virksomhedsrettede digitale løsninger og information? (Såfremt I ikke har opstillet mål på området eller ikke følger op på disse, 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
<b>6.1</b>	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 retningslinjer, en indkøbspolitik eller andet.						
<b>6.2</b>	Har I i driften af jeres hjemmeside fokus på at sikre, at indholdet er tilgængeligt for alle? Det kan være gennem retningslinjer, organisering af arbejdet, en tilgængelighedspolitik eller andet?						
<b>6.3</b>	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 web arbejdet 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 test?