

Arbeidsnotat nr. 24/04

HVORDAN GJØR VI OSS NETT?
WEBSTRATEGIER FOR
HORDALANDSKOMMUNER

av

Grete Rusten
Winfried Ellingsen

SNF-prosjekt nr. 4517
Hvordan gjør vi oss nett?

Prosjektet er finansiert av Hordaland fylkeskommune

SAMFUNNS- OG NÆRINGSLIVSFORSKNINGS AS

Bergen, juni 2004

ISSN 1503-2140

© Dette eksemplar er fremstilt etter avtale med KOPINOR, Stenergate 1, 0050 Oslo. Ytterligere eksemplarfremstilling uten avtale og i strid med åndsverkloven er straffbart og kan medføre erstatningsansvar.

1. Innledning

Det elektroniske nettsamfunnet innbærer at stadig flere typer funksjoner kan utføres på nettet, og at en stadig økende andel av befolkningen har tilgang og bruker denne teknologien. I henhold til Regjeringens eNorge 2005 plan som ble lagt fram mai 2005, skal informasjonsteknologien brukes til å gi økt verdiskaping gjennom innovasjon og konkurransekraft i norsk næringsliv. Videre skal denne teknologien bidra til å effektivisere offentlig sektor og tilby nye og bedre tjenester til brukerne. Dessuten skal IKT hjelpe til å bevare og videreutvikle kulturarven, identiteten og våre språk (St.meld 49, 2002-2003). Målinger på IKT-infrastruktur tyder på at Norge i internasjonal sammenheng allerede er langt framme når det gjelder tilgang på informasjons- og kommunikasjonsteknologi (IKT). I 2003 hadde 68 prosent av alle husholdninger PC og 55 prosent hadde internett-tilknytning. Likevel kan det være et betydelig gap fra tilgang til bruk, og bruk som innebærer større effektivitet og velstand. I forhold til offentlig forvaltning er det blant annet betydelige innsparingsmuligheter ved at en klarere å ta vekk en del dobbeltarbeid når det gjelder registreringer i ulike datasystemer. Økt bruk av e-baserte systemer i forvaltningen kan samtidig åpne opp for langt mer innsyn og engasjement hos innbyggerne. I tillegg kan kommunenes hjemmesider inneholder informasjon eller lenker til kulturtilbud, lokale nyheter, tjenestetilbud, reiseruter og kart med mer. For det tredje vil forvaltningen ved å gå foran som et godt eksempel i utviklingen representere en viktig læringsarena for økt IKT-bruk på en måte som kan gagne samfunnet på en rekke felt. Blant annet har en i Trøndelag satt i gang programmer som skal fremme elektronisk handel med offentlig sektor. Gjennom en felles markeds plass sikres de offentlige leverandørene og deres leverandører enkel og kostnadseffektiv tilgang til en felles elektronisk handelsløsning av avtalebaserte handler. Eksemplene på anvendelsesområder av IKT innen lokalforvaltningen og i forhold til omgivelsene er i det hele tatt mange. På svært mange områder handler det om å integrere informasjon via et felles knutepunkt. Dette gir en effektiv integrasjon med færre grensesnitt enn om hver enhet har sine forbindelseslinjer. Med IKT blir kommunene både i bedre stand til å planlegge sine aktiviteter, dokumentere disse og beregne ressursbehovet. Samtidig er IKT er viktig verktøy i det å informere og profilere, kvaliteter og de aktivitetene som skjer i forvaltningen og kommunen mer generelt.

I dette notatet har vi kortfattet utarbeidet analyse av hjemmesidesatsingen blant kommunene i Hordaland og Hordaland fylkeskommune. Formålet med prosjektet har vært å få økt oppmerksomhet og interesse for temaet e-forvaltning, men også hvordan kommunale hjemmeside kan være et bidrag knyttet til lokalsamfunnsutvikling. Gjennom hjemme-

sideanalyser, noe informasjon fra nøkkelinformanter og informasjon basert på sekundærkilder, har vi laget en kortfattet oversikt. Her har vi forsøkt å finne ut hvor godt kommunene utnytter IKT-verktøyet knyttet til bruken av hjemmesider. Dermed vil vi både formidle noen gode eksempler, og i tillegg drøfte forhold knyttet til innholdet hvor vi klart ser potensial til forbedring.

Prosjektet ble initiert som et samarbeid mellom Hordaland fylkeskommune og Samfunns- og næringslivsforskning AS (SNF) og ble utført 2003-2004. Det bør også for ordens skyld nevnes at dette er et lite prosjekt, i omfang 2 månedersverk. Det er imidlertid lagt planer for framtidig videreføring. Formidlingsarenaene for resultatene har så langt vært flere. En viktig formidlingskanal har vært arrangementet av et seminar hvor vi inviterte praktikerne i lokalforvaltningen i Hordaland som jobbet med hjemmesideutvikling. Dette ble organisert som et halvdagsseminar i Bergen den 24. mars hvor vi samlet rundt 40 deltagere fra kommunene og fylket. Ulike tema omkring strategier, utfordringer og erfaringer med kommunale hjemmesider stod på dagsorden. Hva er formålet med hjemmesidene kommunene har etablert, hva slags status har dette i organisasjonen og hva kjennetegner gode hjemmesider? Seminaret presenterte noen resultater fra innholdsanalysen, og vi fikk også anledning til å dele noen internasjonale erfaringer basert på presentasjoner av ulike IKT-satsinger i lokalsamfunn i andre europeiske land. Et annet tema var webstrategier og markedsføringen av steder. To andre innlegg var basert på at representanter fra henholdsvis Bømlo kommune og Hordaland fylkeskommune delte sine erfaringer knyttet til websatsinger. (Seminarprogrammet er lagt som vedlegg).

Denne rapporten er utarbeidet på basis av analyseresultatene av hjemmesidene til Hordalandskommunene og fylkekommune (34 enheter) basert på den status de hadde jan/februar 2004. Metoden for analysen var et indikatorskjema som ble skjekket opp mot det vi kunne observere ved å studere hjemmesidene online. I noen tilfeller tok vi også kontakt med webredaktøren eller andre som hadde jobbet med hjemmesidene for å få noen oppklaringer og betraktninger omkring enkelte tema. I de tilfellene hvor sidene ved første søk ikke var i drift, ble disse "besøkt" om igjen. Kapasitetshensyn tilsier at vi var nødt til å spre analysene over et par måneder. Endelig bør en ta i betraktning at hjemmesidene ikke er statiske, men i stadig endring.

Vi starter nedenfor kortfattet med noen generelle betraktninger om indikatorer for e-forvaltningsanalyser. Deretter har vi omhandlet emnet IKT-infrastrukturens geografi, før presentasjonen av selve innholdsanalysen. Den siste delen før konklusjonen omhandler temaet hjemmesider og image.

2. Hensikten med hjemmesidene

Bruk av IKT i offentlig forvaltning på lokalt nivå kan helt overordnet både ha som siktemål å gjøre administrasjonsapparatet mer effektivt og samtidig sikre en god informasjonstilgang og dialog. Kommunikasjonene kan gjelde internt mellom forvaltningsnivåer, men også kommunen i forhold til innbyggere, næringslivet og andre aktører. I et langsiktig perspektiv bør dette kunne gi en mer effektiv forvaltning med færre ledd og høyere servicegrad for innbyggerne. Sentrale myndigheter har i denne forbindelse også hatt ambisjoner om å styrke deltagelsen og åpenheten omkring offentlige tjenester. Hjemmesidesatsinger knyttet mot effektive Internett og intranettsystemer er dessuten viktig i forhold til det å formidle verdier og bruksmåter knyttet til IKT til befolkningen. Elektroniske formidlingskanaler gir samtidige helt nye muligheter i forhold til organisering av kultur, idrett og andre velferdsmessige arrangement med henblikk på å nå og engasjere egen befolkning. For noen typer arrangement kan satsingen på formidling over nettet innebære at informasjonen når mer bredt enn bare lokalt. Ut fra det som her er nevnt kan hjemmesidene a) være et verktøy knyttet til forvaltningsmessige formål. I tillegg kan det anvendes som b) et verktøy som anvendes for å utvikle lokalsamfunnet til gagn for innbyggerne. En rekke forutsetninger for å bruke IKT må imidlertid være til stede. Nedenfor har vi drøftet et sett av indikatorer for å måle status hva angår om og hvor "nett" Hordalandskommunene ter seg. Generelt vet vi at noen aktører utvikler en hjemmeside nærmest som et press utenfra og fordi alle andre gjør det, men uten at de vil eller har de nødvendige ressursene til å utvikle og integrere dette verktøyet. Vil for eksempel slike prosjekter konkurrere om ressurser og oppmerksomhet med andre prosjekter i en slik grad at dette kan påvirke evnen til å gjennomføre? Tilsvarende utfordringer er knyttet til organisatoriske tilpasninger både hvordan IKT rent praktisk skal integreres i virksomheten, opplæring og kvalitetssikring. Dette fordrer en grundig planlegging både i forhold til valg av systemer, innfasingplaner, å legge opp kommandolinjer og rutiner som sikrer kontinuerlig, sikker og kvalitetssikret drift. Ofte blir det også en avveining om samle dette utviklingsarbeidet og vedlikeholdsarbeidet til et fåtall personer, men samtidig sikre at tiltaket har gehør som et felles prosjekt som alle føler eierskap til. Det er også viktig at publikum oppfatter at servicegrad og kvalitet er godt forankret, og vet også hvor de kan henvende seg hvis noe er

uklart eller de har forslag til forbedringer. Til sist viser våre analyser at det er viktig å ha en viss tålmodighet i forhold til den tiden det tar med å iverksette IKT-satsingen til at en kan forvente å høste gevinster.

Elektroniske tjenester kan omfatte alt fra informasjon fra forvaltningen til interaktive tjenester som innebærer e-basert dialog med brukerne. Kompleksitet og grad av brukerorientering kan dermed ta ulike former. Det er i denne sammenheng vanlig å skille mellom:

- Nivå 1 Brosjyre på nettet (mer generell informasjon om etaten og dens tjenester)
- Nivå 2 Tjenester som i noe grad er tilrettelagt for interaktive funksjoner
- Nivå 3 Tjenester som tilbyr brukerne å hente informasjon basert på personifiserte kriterier
- Nivå 4 Mer fullintegrerte tjenester horisontalt og vertikalt (for eksempel mellom forvaltningsnivå)

Utviklingen i retning av en e-basert forvaltning kan i noen sammenhenger oppfattes som trinnvis hvor den enkelte enhet (kommune) utvikler seg oppover mht. til kompleksitet og interaktivitet. Forskning fra bedriftssektoren viser imidlertid at denne utviklingen ikke nødvendigvis følger alle trinnene. Det er heller ikke slik at aktørene alltid følger retningen fra det enkle til det mer komplekse. Av og til skjer det en retrett. Noen ganger har det sammenheng med at virksomheten ser at den ikke får god nok uttelling for satsingen. Andre ganger kan omleggingen være et resultat av kapasitetsrestriksjoner. Et kritisk element kan blant annet være at de ildsjelene som valgte å sette hele tiltaket i gang forlater virksomheten. I det hele tatt er det mange utfordringer i å få til en IKT-strategi som virkelig kan gagne de satsingsområder som skal prioriteres i virksomheten. Vår gjennomgang av Hordalandskommunenes hjemmeside bekrefter at det er ennå en del som kan gjøres for å fullt ut til å se og utnytte de mulighetene i forhold til IKT, herigjennom hjemmesidene som har vært vårt fokus.

Hordalandskommunene slik vi leser det ut fra våre analyseresultater av hjemmesidene befinner seg gjennomgående ett sted mellom nivå 1 og 2 i den oversikten som ble vist ovenfor. Nedenfor drøftes de mest sentrale indikatorene noe nærmere.

3. Indikatorer

Om aktører enten de er institusjonelle (for eksempel kommunen) eller er individuelle (for eksempel innbyggerne) er en del av informasjonssamfunnet vedrører flere forhold. Helt innledningsvis i en analyse av e-atferd vil det være hensiktsmessig å måle omfanget av teknologitilgang. I forhold til analysen av norske kommuner og IKT, kan en nærmest ta for gitt at alle har og på en eller annen måte anvender IKT. Det som derimot kan være et hensiktsmessig mål i forhold til tilgang for denne gruppen, er båndbredde, noe vi kortfattet belyser i et senere avsnitt. Andre typer målinger tar høyde for at det kan være betydelige forskjeller mellom tilgang og faktisk bruk av IKT. I forhold til denne analysen av hjemmesider vil dette dreie seg om kommunene har utviklet slike sider eller ikke. Den tredje dimensjonen, vil være basert på mer inngående analyser av innhold og funksjonalitet. Vi vil dermed ta for oss alle disse dimensjonene i dette notatet, men med klar vektlegging på den siste dimensjonen. Dataene dekker status for kommunene slik vi har registrert det gjennom våre online analyser av hjemmesidene jan/februar 2004. Følgelig har vi foreløpig ikke muligheten til å følge utviklingen hos den enkelte eller i materialet som helhet i denne omgang. Dette er imidlertid en dimensjon som vi ønsker å inkludere ved en eventuell gjentagende måling om et år. Når det gjelder offentlig statistikk som dekker noen av disse faktorene så gir vi underveis noen henvisninger til tall fra Statistisk sentralbyrå som baseres på deres undersøkelse av informasjons- og kommunikasjonsteknologi i landets kommuner i 2002 (SSB planlegger å publisere tallene for 2003 i løpet av sommeren 2004).

4. IKT-infrastrukturens geografi

Bredbånd har i den nye økonomien fått relativt mye oppmerksomhet og er i den vestlige verden blitt en slags indikator på hvor godt et lands økonomi henger med i utviklingen. Bredbånd er en samlebetegnelse på teletjenester for overføring med høy hastighet som omfatter Internett, kabel-tv og telefoni. Utover dette er det betydelig forvirring av hva hastighet og kapasiteten skal være for at et overføringssystem av digitale data skal komme innunder denne definisjonen. Teknologisk forvirring kompliserer derfor også målingene av dekningsgraden i et land og mellom regioner. Dernest er det betydelige forskjeller på tilgang, og reell tilkobling. Samtidig er også usikkerheten om hva som er en akseptabel hastighet og hva som er den beste aksessteknologien, med på å komplisere selve investeringsvalget for den enkelte bedrift og forbruker. I tillegg kommer begrensninger i reelt å kunne utnytte hastigheten og de nedlastningsmulighetene som denne teknologien skal kunne gi.

I Norge har en for eksempel ofte valgt å definere alt som er raskere enn ISDN som bredbånd. Dette var utgangspunktet for en kartlegging ECON utførte for Samferdselsdepartementet. Undersøkelsen tok utgangspunkt i omfanget av tilbudet. Analysene viser at over 60 prosent av husstandene og bedriftene og litt under halvparten av kommunale institusjoner har et tilbud om bredbånd til en konkurransedyktig pris. De hevder at Norge har 100 prosent bredbåndsdekning siden Telenor har leveringsplikt over hele landet på leide linjer opptil 2 Mbit/s. (Minst 2Mbit/s er for øvrig EU definisjonen på denne teknologien).

En fylkesoversikt gjengitt i tabell 1 nedenfor viser at bedriftsmarkedet generelt har en høyere bredbåndssektor enn offentlig sektor. Tallene som viser forskjellene fylkene i mellom, bekrefter dessuten en sterk positiv sammenheng mellom andel av befolkning i tettbygde strøk og bredbåndsdekning. ECON påpeker at det er flere eksempler på at det er etablert gode bredbåndstilbud i kommuner som har hatt et vanskelig utgangspunkt. Dette har skjedd takket være lokale ildsjeler som har innsett betydningen av denne teknologien, og har klart å få utbygd et nett på en kostnadseffektiv måte (ECON, 2002). Dataene til ECON har dermed vist at tjenesten er i noe grad utbygd. ECON hevder at de fleste besitter en teknologi på mellom 1- 2Mbit/s. Det finnes ikke landsdekkende tall, men settes kriteriene høyere, er det åpenbart at dekningsgraden blir langt dårligere.

En departemental arbeidsgruppe i Samferdselsdepartementet mener at farten bør ligge på minst 20 ganger mer enn isdn for å bli definert som bredbånd (Dagens Næringsliv 11.1.2003). Analysen til ECON er dessuten for grovmasket til å vise deknningen på et mer detaljert geografisk nivå, men det er åpenbart at det langt fra snakk om landsdekning selv med lavt ambisjonsnivå i forhold til hastighet. Myndighetene har en målsetting om at alle kommuneadministrasjoner, skoler og folkebibliotek skal ha dekning innen 2005. I praksis vil dette innebære landsdekning på kommunenivå. Likevel er det usikkerhet knyttet til hvem som skal sikre og betale regningen for en mer reell landsdekning som også dekker utkantene. Norge er så langt ikke blant de fremste når det gjelder utbygging av bredbånd, noe som kan ha sammenheng med en relativ høy ISDN-andel sammenlignet med mange andre steder i Europa. En del privatkunder nøler med å investere i bredbånd blant annet fordi det ikke er helt lett å orientere seg verken i forhold til valget av utstyr og leverandører. Det er også mye usikkerhet knyttet til nytteverdien rundt denne type oppkoblinger. Konsekvensene blir at mange private forbrukere nøler. Resultatet av en relativ lav etterspørsel, blir at leverandørene får problemer med å bygge ut sitt tilbud.

Bredbåndsmeldingen signaliserer usikkerhet om i hvilken grad Regjeringen vil aktivt sørge for at bredbånd blir helt landsdekkende (St. meld. nr 49, 2002-2003). Lokalt næringsliv som danner spleiselag eventuelt i samarbeid med lokale myndigheter, forekommer flere steder. Også fylkekommuner og kommuner har engasjert seg i deler av arbeidet med å dele kostnadene ved denne infrastruktursatsingen. Det uttrykkes i meldingen at Regjeringen heller ikke ser noen betenkeligheter i et slikt initiativ fra det offentlige lokalt eller regionalt så fremt dette i minst mulig grad virker forstyrrende på konkurransen i markedet. Myndighetene legger mer aktivt opp til å stimulere utviklingen av offentlige innholdstjenester (blant annet innen forvaltning, bibliotek, skole og helse) som ledd i å stimulere etterspørselen av IKT og bredbånd.

Norge har med sin markedsbaserte utbyggingsstrategi i forhold til bredbånd lagt seg på linje med de fleste andre OECD-land. At markedet skal klare å håndtere det meste av utbyggingsbehovet er imidlertid mer realistisk i større land hvor bosettingen er tett. Verre blir det nok å sikre deknningen gjennom markedet i små land med grisgrendt befolkning og vanskelig topografi.¹ Land som Sverige, Canada og Sør-Korea har valgt en annen strategi enn en markedsbasert utvikling. Sverige kan her nevnes spesielt i og med at dette landet mest ligner på vårt eget geografisk og samfunnsmessig og utgjør dessuten en av våre viktigste handelspartnere. De har bevilget betydelige statlige midler til utbygging av bredbåndsinfrastrukturen. Beløpet avsatt til dette formålet utgjør 5,25 mrd for perioden 2000-2005. Dels skal dette gies som skattelette til husholdninger, og dels til konkrete utbyggingsprosjekter i form av et stamnett og regionale nett i grisgrendte strøk. Det er imidlertid heftet betydelig usikkerhet om beløpet er stort nok. På lokalt nivå konkurrerer slike satsinger med helse, omsorg og skoletilbud (St. meld nr.49 2002-2003).

Per mai 2003 hadde 55 prosent av kommunale institusjoner og 64 prosent av husstandene i Norge et tilbud om bredbåndstilknytning. For bedriftsmarkedet ble det gjort målinger i sept. 2002, og andelen med tilkoblingsmuligheter var da 65 prosent. Myndighetene forventer at dekningsgraden vil nå opp mot 85-90 prosent mot 2003, mens videre vekst er usikker. Det er dessuten stor forskjell på tilgang og faktisk tilknytning. Det er i følge Post- og teletilsynet, mai 2003, omtrent 1,46 mill. aktive internettabonnementer i Norge. Av disse er det bortimot

¹ Norge er det landet innen OECD-området som har minst andel av sin befolkning boende i urbane områder (dvs. områder hvor mindre enn 10 prosent av befolkningen bor spredtbygd (mindre enn 150 innbyggere per km²). Tilsvarende tall for Nederland som topper denne listen er 85 prosent.

206 000 bredbåndsabonnement, og det utgjør omtrent en fordobling fra to år tidligere. Mye av dette er riktignok bredbånd med lav hastighet. De fleste i husstandsmarkedet blir tilbudt kapasiteter avgrenset oppad til 2 Mbit/s. Til sammenligning har ISDN som er den mest utbredte Internett-koblingen en hastighet på opptil 128 kbit/s. Til bedriftsmarkedet blir det derimot tilbudt flere ulike typer løsninger med høy hastighet avhengig av lokalisering (St. meld nr.49 2002-2003). Også for kommunene i Hordaland kan utfordringer knytte til bredbånd være en viktig dimensjon når de utvikler sine hjemmesider. Spørsmålet er blant annet om brukerne har nok båndbredde til å oppnå funksjonell kommunikasjon med de sidene kommunen har utviklet. Dette kan blant annet gi føringer for valg av grafikk og programmer.

Tabell 1 Fylkesvis bredbåndsdekning i offentlige institusjoner, næringslivet og Privatmarkedet.

Fylke	Offentlig	Bedrift	Privat
03 Oslo	100 %	100 %	100 %
02 Akershus	73 %	79 %	77 %
12 Hordaland	53 %	73 %	73 %
11 Rogaland	66 %	76 %	71 %
07 Vestfold	73 %	78 %	71 %
06 Buskerud	47 %	60 %	58 %
16 Sør-Trøndelag	41 %	61 %	57 %
20 Finnmark	46 %	54 %	56 %
01 Østfold	65 %	71 %	55 %
15 Møre og Romsdal	49 %	54 %	52 %
10 Vest-Agder	43 %	52 %	49 %
18 Nordland	39 %	53 %	48 %
08 Telemark	32 %	44 %	45 %
19 Troms	31 %	46 %	41 %
09 Aust-Agder	29 %	39 %	33 %
14 Sogn og Fjordane	27 %	33 %	33 %
05 Oppland	23 %	30 %	28 %
04 Hedemark	24 %	32 %	26 %
17 Nord-Trøndelag	17 %	23 %	23 %
Sum	47 %	65 %	61 %

Kilde: Teleplan/ECON

I Norden har det vært de dominerende teleoperatørene som har styrt mye av utviklingen. Per i dag er det også flere mindre bredbåndsselskaper som sliter med lønnsomheten i sine prosjekter fordi betalingsvilligheten og volumet på etterspørselen mange steder blir for dårlig. Myndighetens faktiske rolle i forhold til en slik infrastrukturinvestering synes imidlertid ennå

å være noe uavklart. Landsdekning av bredbånd vil kreve at myndighetene må mer aktivt inn for å stimulere til bredbåndsdekning i de kommuner hvor det ikke kan forventes at det vil bli gitt et markedsbasert tilbud. Programsatsinger som HØYKOM som blant annet Kvinnherad kommune er den del av er et av flere eksempler blant Hordalandkommunene på IKT--satsinger på tvers av lokale institusjoner som er finansiert av sentrale myndigheter.

5. Innholdsanalysen

I året 2002 kartla Statistisk sentralbyrå informasjons- og kommunikasjonsteknologien i forhold til kommunene. Den gangen hadde 87 prosent av landets kommuner en egen hjemmeside. For Hordaland var andelen den gang 84,4 prosent, noe som plasserer dette fylket omtrent på midten i en nasjonal rangering. For uten Oslo hadde den gang kommunene i Østfold, Hedmark, Buskerud og Rogaland alle hjemmesider.

Tabell 2. Registrerte komponenter knyttet til forvaltningen blant kommuner i Hordaland 2004.

FORVALTNING	ANTALL	Merknad
Ledige stillinger	30	
Partier i kommunestyret	27	
Møteplan	25	*
Prisinformasjon	24	*
Lover og forskrifter	22	
Organisasjonskart	20	
Elektronisk post Journal	18	*
Tomter	18	
Miljø	18	
Statistikk	17	*
Årsberetning	17	
Budsjetter	16	
Bygg og anlegg	7	*
Nødtelefoner/prosedyrer	7	*
Gjestebook	2	

Hordalandkommunene sammen med fylkeskommunen teller i alt 34 enheter i vår analyse. Da vi foretok våre målinger for Hordaland i begynnelsen av 2004 hadde alle med unntak av to etablert hjemmeside. Unnlater vi å telle med fylkeskommunen (for å få sammenlignbare tall) var det dermed kommet til tre nye kommuner sammenlignet med byråets måling forrige år.

Hjemmesidesatsinger og score i forhold til forvaltningskomponenter

Nedenfor gies en rangering av indikatorer basert på antall observasjoner, som vi har gruppert i tre kategorier: I tabell 2 omfatter dette indikatorer som vedrører innhold relatert til forvaltningsoppgaver, i tabell 3 er indikatorene innhold på hjemmesidene som mer vedrører lokalsamfunnet for øvrig, og til slutt inneholder tabell 4 den dimensjonen som vedrører hjemmesidenes funksjonalitet. Enkelte av temaene i tabellene er dessuten beskrevet i mer detalj (disse er merket med * i rubrikken merknad i tabellen).

En del av kommunene har som tabell 2 viser, utarbeidet oversikter på nettet som viser **møteplaner** for ulike enheter i kommunens forvaltning og styre. På det tidspunktet vi foretok våre målinger var flere av kommunene i ferd med å oppgradere disse fra å være rene statistiske oversikter til elektroniske portaler, gjerne med koblinger til relevante dokumenter. Utfordringene i forhold til kvalitetssikring synes å være flere: For noen av tilfellene var ikke disse møtelistene ajourførte, noe som kan gi et uklart signal, spesielt overfor brukere som ikke er innenfor systemet. Viser for eksempel oversikten at det faktisk ikke foregår møteaktivitet, eller er det opplysningene som ikke er oppdaterte? Overordnet reiser dette spørsmålet om a) forvaltningen faktisk har kapasitet til å ajourføre alle de dimensjonene de har lagt opp til, og b) om i så fall ambisjonsnivået er likt hos alle enheter og individer relatert til denne type oppgaver. For store kommuner blir denne håndteringen av systemene ofte et koordineringsproblem, i mindre kommuner et ressurs- og kapasitetsproblem. Kanskje er det i mindre kommuner bare har en person til å jobbe akkurat med disse tingene, da blir systemene også sårbare.

Et nærliggende tema til møteplaner er bruken av **elektroniske journalsystemer**. I Statistisk sentralbyrås undersøkelse er tallet for 2002 henholdsvis landsbasis 66 prosent og Hordaland 60 prosent (20 kommuner). I vår telling for 2003 er antallet med elektroniske journalsystemer 18 (avviket kan skyldes imidlertid skyldes ulik målemetode). Det som i denne sammenheng er mer interessant, er hva slags utfordringer kommunene som legger opp til elektroniske journaler møter ved å ha slike presentasjoner on-line. Kapasitetsutfordringene kan igjen nevnes. Blant annet var det en av saksbehandlerne i en av kommunene vi henvendte oss til, som fortalte at de ved å legge ut dokumentasjon elektronisk fikk langt flere henvendelser fra publikum deriblant journalister. I dette ligger det også utfordringer både til å klare å få ut denne informasjonen raskt nok ut på nettet, og tilsvarende ha kapasitet til å rydde vekk dokumenter som går ut på dato. Vår informant kunne også fortelle oss at problemstillingen

om faktisk hva som skulle ut på nettet tilsa både mer ressurser brukt på opplæring av dette, og ikke minst kvalitetssikring av at gjeldende instruksjoner ble fulgt. Noen sjekker angående innholdet i slike dokumenter ved å gå inn i disse dokumentene online, avslørte blant annet i ett tilfelle innsikt i korrespondanse mellom kommunen og en innbygger i forhold til en tvist angående tomtegrensen. Dette vil nok være eksempler på dokumenter som er generelt åpen for innsyn og som den enkelte kan få ved henvendelse til forvaltningen. Ved hjelp av Internett blir imidlertid antallet som får kjennskap til saken langt større enn hva som hadde vært tilfellet bare med dokumentasjon i papirformat. Vi ser i denne sammenheng klare paralleller til skattelistene som skal være åpen for allmennheten legges ut elektronisk.

Framtidens Internettløsninger med individualiserte portaler kan i den hensende være løsninger på problematikken omkring innsyn. Samtidig vil slike portaler kunne sikre at den enkelte bruker går rett på hva som angår de, uten å få altfor mye ”støy” i sin søking etter informasjon. Slike Borgerportaler som inneholder masse informasjon og kommunikasjon mellom den enkelte innbygger og ulike offentlige organer finnes allerede i land som Canada, Singapore, Frankrike og Estland (Mandag Morgen, 2004). Så langt har vi imidlertid ikke kommet ennå i Norge.

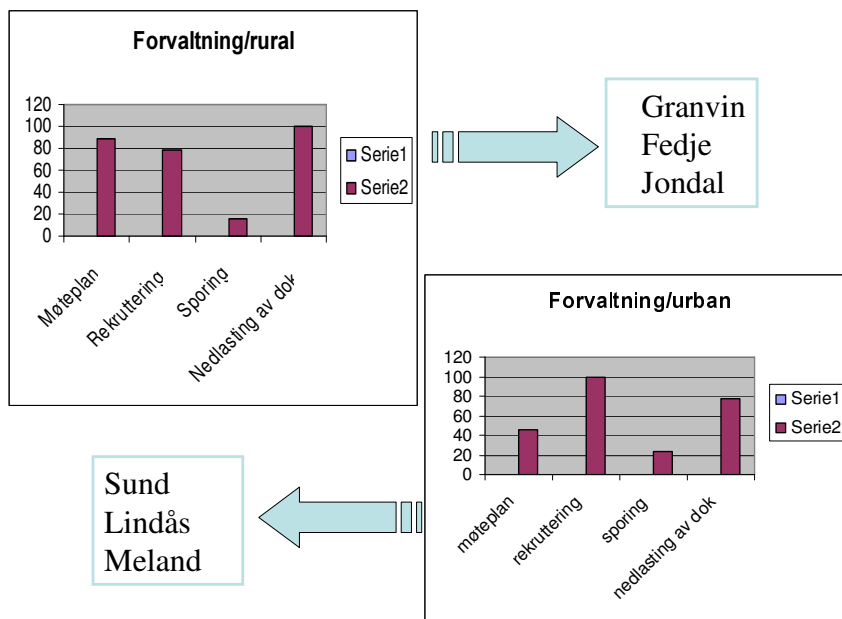
Sporingsfunksjoner som vi har registrert noen eksempler på (jf. tabell 3) er en noe tilsvarende løsning for å finne fram til akkurat den informasjonen en er ute etter. Blant annet ble det oppgitt at enkelte kommuner har dette knyttet opp mot byggesaker som behandles av teknisk etat. Her kan søkeren følge sin sak. Dette tilbudet er basert opp på en standard og sentralisert program utviklet av Byggforsk/BIT-programmet. Vi er så langt ikke kjent med at noen av kommunene i Hordaland er knyttet opp mot Byggforsk-programmet.

En annen indikator som vi ønsker å kommentere nærmere, er kommunens opplysninger om **priser** på sine tjenester. Her er gjennomgående forbedringspotensialet mht. til fullstendige oversikter betydelige. Langt de fleste kommunene manglet fullgod informasjon på nettet om prisene på sine tjenester. I en del andre tilfeller fantes denne informasjonen, men godt gjemt og spredt i en rekke ulike dokumenter og rammer. Helt overordnet reiser emnet flere problemstillinger. I hvilken grad er kommunene pliktig til å gjøre disse prisene allment kjent, og hva om prisene oppgitt på hjemmesiden faktisk ikke er oppdatert?

I forhold til **statistikk** velger noen kommuner å utarbeide egne oversikter, mens andre velger å lage en hyperlink fra seg selv og over til Statistisk sentralbyrå sine oversikter. Uansett valget av disse to løsningene, så er denne informasjonen allment nyttig for forvaltningen selv, innbyggerne (f.eks. skoleelever), og ikke minst for besøkende. Kanskje er dette også blant de opplysningene som teller med når potensielle etablerere eller innbyggere vurderer kommunen som en lokalitet.

Den siste dimensjonen som vi velger å kommentere innen tabellen, og som omfatter forvaltningsinnhold, er det som omhandler **nødtelefonnummer**. Spesielt gjelder dette opplysninger av typen ikke standardiserte nummer som f.eks. viltforvaltning, miljøvernberedskapsansvarlig etc. som kan være hensiktsmessig å legge ut godt synlig på hjemmesiden. Noen få av kommunene har gjort nettopp dette.

En kommunal IKT-infrastruktur bør være fokusert på brukerretting, effektivisering og forenkling slik at dette gagnar både forvaltningen og brukerne. Oversikten viser at så godt som alle dimensjoner har et godt stykke igjen før dette dekkes av alle kommuner. Inntrykket fra hjemmesidene slik de er presentert, og det vi fikk vite gjennom samtaler blant annet på seminaret, er at dette jobbes det nokså aktivt med ute i kommunene. Helt overordnet kan vi imidlertid dele ”skolene” for de strategiene kommunene har valgt i to hovedkategorier. Den ene er kommuner som anvender hjemmesiden nærmest på samme måte som Intranett, og som har mer eller mindre overlatt andre forhold knyttet til lokalsamfunnet til andre aktører. For de som velger denne førstnevnte kategorien vil det også variere om kommunene faktisk velger en brukervennlig framstilling betraktet fra brukerens behov eller om de faktisk blottlegger fullt og helt sin organisatoriske kompleksitet. Rådet om at en har muligheter til å kle seg som ”*en nett vil på nettet*” er med andre ord noe som kan utnyttes bedre hvis en vil gjøre sidene mer spennende og brukervennlige.



Figur 1. En uhøytidlig måling av hvilke kommuner i henholdsvis distriktene i Hordaland og kommuner tilhørende mer bynære områder (jf. Statistisk Sentralbyrås kommuneklassifisering), har de høyeste scorene i forhold til å dekke noen utvalgte indikatorer på forvaltningsdimensjonen. Grafene angir prosent av kommunene innen de to kategoriene som har elektroniske møteplaner, rekrutteringsannonser, sporingsprogrammer og muligheten for nedlasting av dokumenter via hjemmesidene).

Den andre delen av innholdsanalysen omtalt nedenfor inneholder opplysninger om innhold som vedrører forhold utenfor forvaltningen, noe som nettopp kan være med på å live opp og øke interessen for sidene. Dessuten vil dette kunne omfatte informasjon som kan bidrar til å øke engasjementet for lokalsamfunnet.

Hjemmesidesatsing og samfunnsbyggingsindikatorer

Igjen viser rangeringen i tabell 3 at antall treff langt fra er fullt ut, og heller ikke er det sikkert at akkurat det bør være en målsetting gitt at kommunene er nokså forskjellig både i profilering og størrelse. Om hvilke av disse komponentene som en kommune velger å ta med, kan vel så mye være et spørsmål om relevans som kapasitet. Igjen vil vi rette noen kommentarer til enkelte av dimensjonene. Nokså mange av kommunene har **nyhetsbrev**. Dette er en indikator som tjener flere forhold. For det første gir dette en indikasjon på når hjemmesiden sist var oppdatert. Samtidig er det et signal på aktivitetsnivå i forhold til å formidle informasjon. Hva slags profil kommunene har valgt mht. innholdet i disse hjemmesidene varierer imidlertid

nokså mye. Noen kommuner bruker dette nærmest som en oppslagstavle med nyheter fra forvaltningen ofte av mer praktisk art. Andre har mer ambisjoner om å lage en slags mini lokalavis. Uten at vi har hatt mer inngående innsyn i denne dimensjonen, vil valg av strategi også gi føringer for hvem som leverer innholdet. Oppdaterte sider knyttet til **kulturarrangement** eller skolesektoren synes å være spesielt interessante for å få innbyggerne mer generelt til å interessere seg for hjemmesidene og jevnlig holde seg oppdatert i forhold til den informasjonen som legges ut. Et nærliggende tema i denne sammenheng er informasjon relatert til **organisasjoner og lag**. Her er det en god del informasjon tilgjengelig gjennom kommunesidene i Hordaland tilgjengelig, men det meste er kontaktadresser og sider med statisk utforming. For kommunen er det kanskje en utfordring å vite om denne informasjonen er oppdatert. Informasjon om **lokalhistorie**, geografi med mer synes i en del kommuner å være godt utarbeidet. Henvisninger til litteratur eller bibliotek-tjenester som kan tilby mer informasjon om emnet, kan imidlertid med fordel supplere slike oversikter på nettet. **Reiselivsinformasjonen** er i en del tilfeller overlatt og linket opp mot reiselivslag. I andre tilfeller har kommunen utarbeidet sine lokale sider på dette emnet. Sjekk på en del av hyperlinkene avslører imidlertid manglende oppdateringer av overnattings-fasiliteter, spisesteder med mer. Hva er imidlertid strategiene for hvilke **bedrifter** som skal være med/ikke med? Hva gjør kommunen om bare et svært lite antall av virksomhetene i kommunene blir linket opp mot hjemmesidene, og hvem skal ta stilling til om eventuelle aktører skal utelukkes?

Tabell 3. Registrerte komponenter av innhold som kan defineres som samfunnsbygging blant kommuner i Hordaland 2004.

SAMFUNN	ANTALL	MERKNAD
Nyhetsbrev	30	*
Organisasjoner og lag	23	*
Lokalhistorie	21	*
Reiselivsinformasjon	22	*
Lokale bedrifter	17	*
Opplysninger om offentlige kommunikasjoner	17	*
Kulturinformasjon	17	*
Annonser	9	*
Dataspill	1	

Opplysninger om **offentlige kommunikasjoner** er svært hensiktsmessige ikke minst for tilreisende. Kanskje kan denne type informasjon være med på å dempe mytene om at en kommune eventuelt ligger avsides til. Kultursidene synes igjen å stå overfor utfordringer med å være oppdaterte. Og hva med arrangement som har vært holdt? I hvilken grad bør denne informasjonen fremdeles være tilgjengelig? Til slutt vil vi nevne **annonsering** som igjen blir et eksempel på en dimensjon som bør avklares. Har noen anledning til å annonsere over de kommunale hjemmesidene, og i så fall hvem?

Tre eksempler på indikatorer med oppgitt antall registrerte kommuner i Hordaland:

Opplysninger om frivillige organisasjoner	24 kommuner
Opplysninger om lokale bedrifter	15 kommuner
Opplysninger om kulturarrangementer	32 kommuner

Antall kommuner som har treff på alle disse tre dimensjonene: 3 kommuner

Oversikten ovenfor viser at relativt få av kommunene dekker godt de dimensjonene som vedrører samfunnsbygging. Vi vil forvente at en del vil få bedre score på denne dimensjonen i årene framover.

Hjemmesider og funksjonalitet

Tabell 4. Registrerte komponenter av innhold som vedrører hjemmesidenes funksjonalitet blant kommuner i Hordaland 2004.

FUNKSJONALITET	ANTALL	MERKNAD
Nedlastbare dokumenter	28	*
e-post hyperlinker	26	*
Internett søkeprogrammer	24	
Forslagsboks	22	
Søkefunksjoner intern	18	*
Nedlastbare skjema	18	
Flere språk	15	
Programvare	10	
”Chatterom”/diskusjonsforum	10	*
Adgangsrestriksjoner på begrensede områder	10	
Sporingsfunksjon	8	*
Indikator for oppdatering	5	
Elektroniske skjema/ bestillingssystemer	4	*

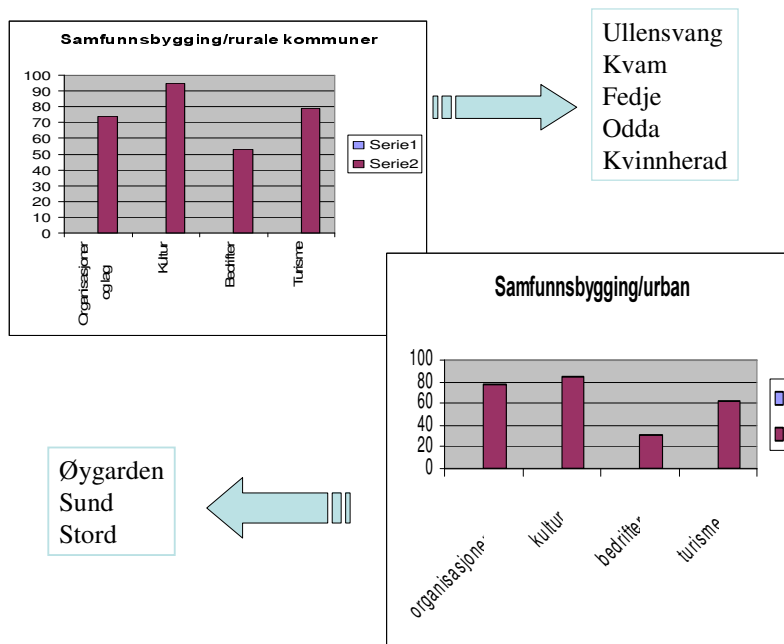
En god score på funksjonalitet er det som skiller de gode og mindre gode hjemmesidene. Utfordringene blir i denne sammenheng å få til effektive kommunikasjonssystemer som gjør

forvaltningens kommunikasjon internt og eksternt mer hensiktsmessig. Andelen nedlastbare dokumenter har i de siste årene økt nokså dramatisk for hjemmesider generelt. De hjemmesidene som dekkes av kommunene er nok ikke noe unntak i så måte. Mindre omfang har overføring av dokumentasjon den andre veien, fra brukere til forvaltning. Elektroniske skjema er nok nettopp eksempler på viktige områder hvor det bør og vil bli satset i årene framover, og som myndighetene klart oppfordrer forvaltningen på ulike nivåer til å utvikle. Samtidig reiser bruken av elektroniske skjema klart spørsmålet om sikkerhet (personvern, betalingsinformasjon), kvitteringsrutiner og opprettholdelsen av ordninger for de som er off-line. E-post hyperlinker er gjennomgående godt dekket på Hordalandskommunenes hjemmesider. Relativt få av kommunene har imidlertid gode kvitteringsordninger for at e-posten er mottatt. Og hva med å informere brukeren om hvem som tar saken, og hvordan denne følges opp? Mange opplever nok en viss usikkerhet ved at de ikke vet om den henvendelsen de sendte er ”lost in cyberspace”. Kan vi blant annet være sikre på at alle de vi henvender oss til er aktive e-postbrukere? I forhold til forvaltningsmessig ansvar, dekker denne dimensjonen også spørsmålet om arkivsystemer for denne type kommunikasjon, og holdbarheten av innholdet rent juridisk.

Funksjonalitet kan også gå på form. Blant annet omhandler dette muligheten for den uinnvidde til å finne fram. Noen av hjemmesidene inneholder flere ulike systemer av søkefunksjoner, basert på egendefinerte stikkord, fri søk, og alfabetisert emnerekke. Flere av disse søkemotorene eventuelt i kombinasjon kan være gode løsninger. Derimot er det viktig at treffene gir gode meldinger om hva innholdet i dokumentene faktisk er. En målsetning kan være å ha et slags internt ”google.”

Til slutt kan vi nevne eksempler på andre typer innhold som ikke registrert blant Hordalandskommune. Et eksempel er kommunestyremøte på nettet som blant andre Løten kommune i Hedmark har prøvd seg på. Erfaringene fra denne kommunen at dette tiltaket hadde ganske liten oppslutning i befolkningen, men har vært viktig som arkiv for kommunestyremedlemmene som ønsker å innhente opplysninger fra et tidligere møte. Årsaken til at kommunestyremøtene foreløpig sendes direkte, har å gjøre med båndbreddekapasitet, men en regner med at trafikken vil øke om dette blir teknisk mulig. Kommunen har også for en periode hatt en forsøksordning med diskusjonsfora online med ordføreren. Denne tjenesten imidlertid lagt ned etter en tid. Dels ble det vanskelig å alltid sette av tid til å være tilstede når linjene var åpne, og heller ikke ble det mulig å følge opp alle de

henvendelsene publikum hadde på en skikkelig måte. Tilsvarende kan forslagsbokser som vi også finner på hjemmesidene hos flere av Hordalandkommunene fort bli et kapasitetsproblem.



Figur 2. En uhyøytidlig måling av hvilke kommuner i henholdsvis distriktene i Hordaland og kommuner tilhørende mer bynære områder (jf. Statistisk Sentralbyrås kommuneklassifisering), har de høyeste scorene i forhold til å dekke noen utvalgte indikatorer på samfunnsdimensjonen. Grafene angir prosent av kommunene innen de to kategoriene som har opplysninger om organisasjoner og lag, kultur, bedrifter og turisme (basert på opplysninger på hjemmesidene).

6. Hjemmesidesatsing og identitetsbygging

Visjonen for Arbeids- og administrasjonsdepartementet er den døgnåpne kommunen, hvor innbyggerne kan få informasjon om det som skjer i kommunen, fylle ut søknader eller følge opp sine søknader (sporing) uavhengig av alminnelig kontortid. Kommunene er først og fremst pålagt bestemte oppgaver i forbindelse med administrasjonen og skal yte service til sine innbyggere. Dette fører til at kommunene er oppmerksom på internettsider og bruker krefter på det innholdsmessige og struktureringen av innholdet. Hjemmesidene betraktes som en informasjonskanal som kan benyttes til kommunikasjon med innbyggerne, som kan brukes

til å organisere og koordinere aktiviteter og som delvis også anvendes for rekruttering av nye medarbeidere. Kommunene slik det framkommer i analysen av hjemmesidene i Hordaland synes jevnt over i mindre grad å være opptatt av Internett som markedsføringskanal.

Kommunenes vektlegging av innholdet i hjemmesidene står derimot ikke nødvendigvis i motsetning til markedsføringsprinsipper. Internettssidene er ofte det første viktige møte med kommunen og bidrar til at potensielle jobbsøkere, turister og næringslivet danner seg et bilde av kommunen i forkant av et eventuelt fysisk besøk. Det er derfor viktig å se komplementariteten i disse tilnæringsmåter. Vi kan betegne selve startsidene som ”frontstage”, hvor kommunen presenterer seg selv, mens administrasjonen er ”backstage”. Sammenhengen mellom de to er viktig. Hvis startsidene presenterer et bilde av en effektiv administrasjon som ikke i tilstrekkelig grad følges opp av ”backstage,” vil bildet snart forandres. På samme måte kan bilder av flott natur med fordel følges opp med sider på andre språk som inneholder informasjon om overnatting, tur/fiskemuligheter, kart etc. Oppdateringen backstage er viktig for å opprettholde det bilde som skal formidles frontstage. Det varierer nok så mye hvor mye ressurser Hordalandskommunene har lagt i forhold til akkurat denne siden ved å gjøre seg nett.

Teknologisk bandbredde kan sette begrensninger for utformingen av nettsidene, men vi må være oppmerksom på at den ”menneskelige båndbredden” setter begrensninger for inntak av informasjon. Dette innebærer at frontstage burde inneholde en klar og tydelig profil eller image. Dette er ikke tilfelle for Hordalandskommunene ved nåværende tidspunkt. Kommunene skiller seg markant fra en vare eller et produkt som er klart avgrenset, og presentasjoner av seg selv omhandler først og fremst *variasjon*. Kommunene viser frem et variert tilbud av naturmuligheter, kulturopplevelser, er lett tilgjengelige og tilbyr kontinuitet, trygghet, gode oppvekstvilkår og et godt tjenestetilbud. Det er en skjønn forening av gammelt og nytt, tradisjon og modernitet, kontinuitet og forandring, natur og kultur, hav og fjell. Denne virkelighetsbeskrivelsen uttrykkes også gjerne i kollagene (sammensetningen av bilder) som pryder kommunenes startsider. Både beskrivelsen og kollagestilen i de hjemmesidene vi har studert kan virke noe ensartet til tross for betydelige reelle forskjeller i historie og geografi. Hjemmesidene fremhever dermed ikke fullt ut det spesifikke ved kommunene. Eksempler på framstillinger som får bedre fram særegenheter, er bruken av album. Dette er noen ganger basert på arkivmateriale kommunen har selv, andre ganger inviteres innbyggerne til å sende inn bilder. Eksemplet er for så vidt også illustrerende for poenget om at hjemmesider, om de

så er utviklet av en tredjepart, bør ha et vesentlig innsnitt av lokal forankring og "eierskap." Brukerne må med andre ord, enten dette er forvaltningen selv eller innbyggerne, ha en formening om at dette er deres sider.

Stedsprofilering defineres som den bevisste anvendelsen av publisitet og markedsføring for å kommunisere utvalgte bilder av spesifikke geografiske lokaliteter til en bestemt målgruppe. Stedsprofilering innebærer altså et valg av målgruppe og et valg av profil som må ses i sammenheng. Kompromisser, for eksempel mellom industriutvikling og turisme, kopiering fra andre kommuner og sårbare profileringer for eksempel på idrettsutøvere som gjør det bra for tiden kan være en utfordring. Et stedsimage bygges over tid og skal vare over et lengre tidsrom. Image må bygge på troverdighet og (en av) kommunens sterke sider. Det viktigste er å fremheve det unike. Imaget skal bidra til å gjøre seg attraktiv for både innbyggere og tilreisende, det skal være fremtidsrettet og skal skape vekst og utvikling i kommunen hvis det er kommunens strategi. Stedsprofileringen vil dermed indirekte kunne bidra til bedre kommuneøkonomi og bedre tjenester for kommunens innbyggere.

Fremgangsmåten i profileringen er en bevisstgjøringsprosess som kan deles inn i 4 faser: definisjon av målgruppe, analyse som kartlegger hva som er kommunens sterke sider og hvilke ønsker og tanker kommunens innbyggere har ift. profileringen, et klart konsept og implementeringen av strategien. Et klart konsept kan forene kommunen som et *varemerke*, som identifiserer "produktet" og skiller det fra andre, og en *merkevare*, som skaper positive emosjonelle assosiasjoner hos aktuelle og potensielle "kunder". Fokuseringen på et spesifikt image behøver ikke å gå på bekostning av kommunens naturlige oppgaver eller variasjonen som eksisterer. Valget av et fremtidsrettet image kan presenteres på startsidene som innfallsport gjennom ulike virkemidler (logo, design, bilder tekst, fargevalg etc.). Mens basiselementene videreføres på de andre sidene kan disse dedikeres andre målgrupper eller andre oppgaver. Profileringen av en kommune i forhold til friluftsliv kunne for eksempel inneholde kart og informasjon på flere språk, og kanskje bør det etableres egne sider som henvender seg til eldre innbyggere, barnefamilier, ungdommer eller næringslivet. Denne siden av innholdet i hjemmesidene omhandler dermed noe mer enn spørsmål om organiseringen av sidene og linkene.

7. Noen avsluttende kommentarer angående strategiene knyttet til hjemmesidesatsinger

Vi har her gitt en kortfattet gjennomgang av kommunenes hjemmesider med vektlegging på innhold. Helt overordnet bør kommunene ha et avklart og gjennomtenkt forhold til hvem som er målgruppen for hjemmesidene. Flere av kommunene har lagt opp til å prioritere egen forvaltning og innbyggere, og unnlater dermed helt å ta inn over seg den rolle hjemmesidene kan ha i forhold til informasjonsmedium og attraksjonskraft i forhold til fraflyttede innbyggere (som kanskje kunne hatt interesse av å flytte tilbake), og besøkende (både de som besøker stedet i jobbsammenheng, turister og andre privat initierte besøk). Også investorer eller eksisterende virksomheter som vurderer å lokalisere seg i kommunen, kan danne seg et inntrykk av hva stedet har av tilbud og andre kvaliteter ut fra hva som blir presentert på nettet. At denne informasjonen dermed både blir relevant, oppdatert og kommuniserbart synes derfor å være svært viktig. En skal riktignok ikke ha illusjoner om at en selger et sted utelukkende pga. nettstedets beskaffenhet. Som regel vil informasjonen som danner beslutningsgrunnlaget være basert på en rekke ulike informasjonskanaler. På hjemmesidene har imidlertid kommunene en unik mulighet til å gjøre seg nett basert på en form og innhold som de selv velger.

Et råd i denne sammenheng er at kommunene bør flytte fokus fra hva som er forvaltningsinterne interesser til et mer aktivt brukerfokus når de utvikler sine hjemmesider. Det å være oppdatert, koordinert og ha systemer som sikrer en tillitsfull kommunikasjon også eksternt er i denne sammenheng viktige komponenter i å forbedre hjemmesidene i mange av kommunene. Vi har her utført en kortfattet analyse av hjemmesidene slik de framstår i 2004, men håper å kunne gjenta undersøkelsen for å følge utviklingen om et år. Får vi realisert dette, vil det også være hensiktsmessig å supplere analysen med mer detaljerte eksempler.

Litteratur

ECON

Mandag Morgen nr. 18-19. den 24. mai 2004. Det digitale spranget: IT-politikk.
IT-Norge må samles til ett rike.

St.meld 49 (2002-03) Breiband for kunnskap og vekst.
Nærings- og handelsdepartementet

WEBSTRATEGIER FOR HORDALANDSKOMMUNER

- ▶ In English
- ▶ Om SNF
- ▶ Medarbeidere
- ▶ Forskningsentre
- ▶ Forskningstema
- ▶ Publikasjoner
- ▼ Hva skjer
 - Konferanser
 - Ledige stillinger
- ▶ Intern info
- ▶ Søk

Det elektroniske nettsamfunnet innbærer at stadig flere typer funksjoner kan utføres på nettet, og at en stadig økende andel av befolkningen har tilgang og bruker denne teknologien. Gjennom dette samarbeidet mellom Hordaland fylkeskommune og Samfunns- og næringslivsforskning AS (SNF) inviterer vi til et seminar som tar opp spørsmål omkring strategier, utfordringer og erfaringer med kommunale hjemmesider. Hva er formålet, status og hva kjennetegner gode hjemmesider?

Vi vil i dette seminaret presentere en nokså detaljert innholdsanalyse av hjemmesidene til kommunene i Hordaland. Vi vil også dele noen internasjonale erfaringer med slike IKT-satsinger i lokalsamfunn og ta opp spørsmålet om webstrategier og markedsføring av steder. En representant fra henholdsvis Bømlo kommune og Hordaland fylkeskommune vil også dele sine nettsatsingserfaringer. Underveis vil det bli anledning til å drøfte og utveksle erfaringer.

Målgruppen for seminaret: nettredaktører og/eller andre ansatte i kommunen og private selskaper som jobber med hjemmesideutvikling. Velkommen skal dere være. Det vil bli servert lunsj.

Hordaland fylkeskommune: www.hordaland-f.kommune.no

- **Ingen deltageravgift.**
- **Tid og Sted:** Hotell Grand Terminus, Bergen
onsdag 24.03. 2004. kl 10-14.30
- **Deltagerantall:** Begrenset til 55
- **Påmelding skjer via e-post til:**
Grete.Rusten@snf.no snarest og senest innen 15.3.

Program

- 10:00 Åpning av Seminaret
- 10:10 Hjemmesidestrategier for Hordalands-kommuner, status muligheter og utfordringer
Seniorforsker: [Grete Rusten](#), Samfunns- og næringslivsforskning AS
- 11:00 Engaging rural communities through the Web: an international perspective on their potential to encourage connectivity on local levels
Sarah Skerratt, Senior Research Associate at the University of Newcastle upon Tyne Business School
- 11:45 Kaffe
- 12:00 Hvordan gjør vi oss nett? Om nettstrategier og image
Forsker [Winfried Ellingsen](#), Samfunns- og næringsforskning A/S
- 12:40 Lunsj
- 13:30 Nettstrategier og praktiske erfaringer. v/ nettsideredaktør Anne Grete Møklebust, Bømlo Kommune.
- 14:00 Fylkets IKT satsing v/gruppeleder Øyvind Høines Regional IKT utvikling, Hordaland fylkeskommune.
- 14:30 Avslutning

