

RESUME

Hovedindgangen til den offentlige sektor på nettet, borger.dk, er ikke engang blandt de 300 mest besøgte danske hjemmesider. "Mit indtryk er, at spørgsmålet om tilgængelighed og findbarhed slet ikke er på radaren

i den offentlige sektor i dag," siger cand.scient.pol. og ph.d.-stipendiat Thomas Høgenhaven. I hans nye bog er den offentlige sektors ageren på internettet i fokus. Og Høgenhavens forklaring på, hvorfor den offentlige

sektor endnu ikke har vænnet sig til virkeligheden på nettet, er gamle traditioner. Det har i mange år været rigeligt med en god fysisk adresse og placering i telefonbogen for at blive synlig i forhold til borgerne.

Men den går ikke i dag – og slet ikke når den offentlige sektor har ambitioner om at øge danskernes digitale selvbetjening på offentlige servicetilbud fra 15 til 80 procent i løbet af de næste fire år.

Usynlige offentlige hjemmesider

Den offentlige sektor vil øge danskernes digitale selvbetjening på offentlige servicetilbud fra 15 procent til 80 procent. Det er meget ambitiøst. Skal det lykkes, skal de offentlige hjemmesider blive meget lettere at finde og bruge, siger forsker.

Af Lars Lønstrup, freelancejournalist Foto Michael Daugaard

Det offentlige Danmarks digitale ambitioner er enorme. I løbet af de næste fire år skal alle voksne borgere lære at løse en lang række opgaver foran computeren, som det store flertal i dag skal have hjælp til. Vi skal fx gå på nettet for at indhente byggetilladelse, melde flytning og skrive børn op i daginstitution, og når vi er syge, skal vi søge information om, hvad vi fejler, frem for at ringe til lægen.

I dag ligger graden af danskernes digitale selvbetjening på disse og lignende offentlige servicetilbud på 15 procent, men om fire år skal det tal være vokset til 80 procent.

Sådan lyder målsætningen i den digitale fællesstrategi (2011-2015) for stat, regioner og kommuner, og hvis den holder, vil besparelserne på de offentlige budgetter løbe op i milliarder af kroner.

Men spørgsmålet er, om de store mål overhovedet er realistiske. For at få svar på det har vi bedt cand.scient. pol. og ph.d.-stipendiat Thomas Høgenhaven om et interview. Han har sammen med journalist og cand.scient.pol. Lasse Lundberg Andreasen

netop udgivet bogen 'Når internettet har magten', hvor den offentlige sektors rolle og placering på internettet er i fokus.

Thomas Høgenhaven er ph.d.-studerende efter erhvervsforskerordningen, hvor hans arbejdsgiver, internetfirmaet Chrisper Economy, betaler en del af hans løn som ph.d.-studerende på Institut for IT Management på Copenhagen Business School.

Er målet om at øge danskernes digitale selvbetjening på offentlige servicetilbud fra 15 procent i dag til 80 procent i 2015 overhovedet realistisk?

"Det er i hvert fald meget, meget ambitiøst. Man kan sikkert godt nå at sætte systemerne op, men spørgsmålet er, om de bliver velfungerende, og om det lykkes at få borgerne ind på dem. Og her tyder vores undersøgelser på, at man står med mindst to meget store udfordringer i den offentlige sektor. Dels at gøre de digitale ydelser lettere at finde, dels at gøre dem lettere at bruge."

Hvordan fungerer de selvbetjeningsløsninger, som det offentlige tilbyder i dag?

"Ikke specielt godt. De er for svære at bruge, og derfor opgiver mange borgere at gennemføre de transaktioner, de har påbegyndt. Data fra borger.dk viser, at det svinger fra kommune til kommune og område til område. På de dårligste løsninger er gennemførelsesprocenten nede på en procent, på de bedste oppe på 80 procent. Man kan jo som et tankeeksperiment forestille sig, hvor amazon.com havde været i dag med en gennemførelsesprocent på en procent ..."

Hvor krævende bliver opgaven med at konstruere en masse nye, velfungerende offentlige selvbetjeningsløsninger inden 2015?

"Det er en kæmpe opgave. Dels fordi de skal sættes op decentralt i en meget bred vifte af offentlige myndigheder og institutioner i stat, regioner og kommuner. Dels fordi der er så få succeshistorier at trække

på. Men selv hvis det lykkes at få tilstrækkeligt mange velfungerende sider op at køre på så kort tid, vil der stadig være langt til målet om at øge borgernes grad af digital selvbetjening fra 15 procent til 80 procent i løbet af de kommende fire år.”

Hvorfor det?

”Fordi det i dag meget ofte er svært at finde de offentlige hjemmesider. Som vært for en hjemmeside skal man arbejde meget bevidst med at gøre den tilgængelig og findbar for sine brugere. Det gør den offentlige sektor herhjemme ikke. Og mit indtryk er, at spørgsmålet om findbarhed slet ikke er på radaren. Det er i virkeligheden det største problem, for den offentli-

re det der, hvor folk har deres daglige gang – fx på bibliotekerne.

Men sådan fungerer det ikke på nettet, og det har man ikke rigtig erkendt endnu. Der mangler stadig en forståelse af, hvad internettet egentlig er for en størrelse.”

Du siger, at den offentlige sektor stadig tænker indgangen til det offentlige som en portal på nettet frem for at finde sin plads i nettets eget økosystem. Hvad mener du med det?

”Det kan være fint nok at have en portal som borger.dk for os borgere og virk.dk for landets virksomheder. De udspringer af danmark.dk, som var den offentlige sektors oprindelige bud på en hovedind-

række forskellige kriterier *ranker* hjemmesiderne. Og de kriterier bliver man nødt til at sætte sig ind i, hvis man gerne vil have øverst i søgeresultaterne. Det hedder søgemaskineoptimering, og selvom der findes en vejledning i netop det på borger.dk, så benyttes det alt for lidt af offentlige myndigheder og institutioner. Og derfor havner private aktører meget ofte øverst i søgeresultaterne, selv når man søger på services, som det offentlige er den naturlige leverandør af.”

I refererer i bogen til en spørgeskemaundersøgelse, I har gennemført blandt 700 offentligt ansatte, der har med internettet at gøre. Er de slet ikke opmærksomme på søgemaskineoptimering?

”Nogle af dem er. Det gælder især it-folk, som tit sidder lidt afkoblet i forhold til de andre medarbejdere og typisk har en service-rolle i forhold til dem. Men overordnet bliver søgemaskineoptimering ikke prioriteret fra ledelsens side, og så nytter det ikke rigtig noget. For hvis man skal have øverst i søgeresultaterne, skal alle, der skriver på hjemmesiden, tænke i søgemaskinernes måde at fungere på.”

Hvad skal man gøre helt konkret for at have øverst i søgeresultaterne?

”Det er vigtigt at anvende de samme ord, som borgerne bruger, når de søger inden for det område, man beskæftiger sig med. Der er masser af gratis værktøjer på nettet, hvor man kan se, hvilke ord folk bruger mest. Fx Google Insights. Når man har fundet de rette ord, skal man bruge dem i adresser og artikeloverskrifter, for de tæller højt i Googles algoritme. En anden meget vigtig indikator er indgående links, som Google også anser for en sikker metode til at afgøre, hvor vigtig en side er. Her burde det offentlige have en stor fordel, fordi man har så mange sider, man kan linke imellem.”

“Der mangler stadig en forståelse af, hvad internettet egentlig er for en størrelse”

Thomas Høgenhaven

ge sektor har jo også mange andre opgaver på nettet end at lægge selvbetjeningsløsninger ud. Den skal informere og besvare spørgsmål fra borgerne og også meget gerne aktivere dem til at deltage aktivt i samfundets demokratiske processer.”

Hvorfor er spørgsmålet om tilgængelighed/findbarhed ikke på den offentlige sektors radar?

”Fordi man aldrig har behøvet tænke i, hvordan man bliver synlig og findbar for borgerne. Det har været nok med et kontor på en god adresse i den fysiske verden og en autoritativ placering i telefonbøgerne, og så må borgerne enten ringe eller møde frem personligt med deres spørgsmål og ønsker. I den offentlige sektor har man også vænnet sig til, at har man et budskab, så kan man annoncere sig ud af det i medierne eller lave en pjec eller et blad og place-

gang til sig selv. Problemet opstår, når man tror, at det er tilstrækkeligt. Det er det ikke. Man skal også være aktiv i internettets eget økosystem, som består af søgemaskiner som Google og Bing og sociale medier som Facebook og Twitter. En positiv undtagelse er SKAT, som har lavet en profil på Twitter, der hedder @skattefar, og hvorfra de linker til skat.dk. Den slags initiativer er nødvendige, hvis man vil have fat i borgerne. En opgørelse af Foreningen for Distance- og Internethandel (FDIH) viser, at borger.dk ikke engang er blandt de 300 mest besøgte danske hjemmesider.”

Hvad er danskernes foretrukne indgang til internettet?

”Søgemaskiner med Google som en meget sikker nummer et tager ikke sær hensyn til offentlige hjemmesider. De er opbygget som matematiske algoritmer, der ud fra en

Hvis man skal have øverst i søgeresultaterne, er det vigtigt at anvende de samme ord som borgerne, siger Thomas Høgenhaven.



Thomas Høgenhaven

- 28 år
- Cand.scient.pol., Københavns Universitet, 2009
- Ph.d.-stipendiat på Institut for IT Management, Copenhagen Business School, 2011-
- Kreativ direktør i Chrisper Economy, 2009-
- Har tidligere undervist på Institut for Statskundskab (KU) og E-business (IT-Universitetet)
- Har udgivet bøgerne 'Når internettet har magten' (2011) og 'Politisk psykologi' (2010)

Du er selv ansat i et firma, som lever af at lave hjemmesider og tænke søgemaskineoptimering ind i jeres løsninger. Har du skrevet bogen for at positionere dig/jer i forhold til kunder i den offentlige sektor?

”Nej, min medforfatter og jeg har skrevet bogen ud fra en viden om og en holdning til den offentlige sektors rolle på internettet. Vi er ligesom alle andre danskere brugere af den offentlige sektors ydelser og services, og vi så en mulighed for at bringe en viden frem, som der efter vores mening er et meget stort behov for. Derfor skrev vi den.” ■

Thomas Høgenhaven og Lasse Lundberg Andreassen: 'Når internettet har magten – om forsvundne og findbare offentlige hjemmesider' er udgivet på Handelshøjskolen Forlag.

Læs mere:

Larry Page and Sergey Brin (1998): 'The anatomy of a large-scale hypertextual Web search engine. Computer networks and IS-DN systems'.

Christopher D. Manning, Prabhakar Raghavan and Hinrich Schütze (2008): 'Introduction to Information Retrieval'. Kan hentes gratis her: <http://nlp.stanford.edu/IR-book/>

Eric Enge, Stephan Spencer, Rand Fishkin and Jessie C. Stricchiola (2009): 'The Art of SEO'. Avinash Kaushik (2009): 'Web Analytics 2.0'.

WWW

Læs tidligere forskerinterview på djofeb.dk/forskerinterview