

---

## Forord

Arbeids- og administrasjonsdepartementet (AAD) og Kommunenes sentralforbund (KS) utarbeidde hausten 2000 ein forprosjektrapport (04/2000) som handla om "Etablering av Web-portal for IT-arbeid i offentlig sektor"<sup>1</sup>. Her vart det skissert ei rekkje ulike tema for ein slik portal. Det vart deretter gjennomført ein høyringsrunde på framlegga i forprosjektrapporten. Statskonsult samanfatta høyringsuttalelsane våren 2001 og laga eit notat med framlegg for vegen vidare.

Statskonsult tilrådde at det burde hentast inn erfaringar frå nokre miljø som arbeider med etablering og drift av portalar. Våren 2001 sette AAD ned ei arbeidsgruppe som skulle utarbeidde eit grunnlag for å ta stilling til om portalen for IT-arbeid skulle etablerast eller ikkje. Denne gruppa tilrådde at ei slik innhenting av relevante erfaringar skulle gjerast som ein del av førebuinga.

Arbeidet er gjort av seniorrådgjevar Olaug Hana Nesheim i perioden desember 2001 til og med januar 2002.

Vi vil takka alle som har stilt opp som informantar i dette prosjektet.

Oslo, april 2002

Guri Verne  
avdelingsdirektør

---

<sup>1</sup> Arbeids- og administrasjonsdepartementet og Kommunenes sentralforbund: Forprosjektrapport. Etablering av web-portal for IT-arbeid i offentlig sektor. Oslo 30.10.2000

---

## Innhold

<b>1</b>	<b>Omfang og metode.....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Kort presentasjon av de ulike portalene .....</b>	<b>4</b>
2.1	FNS.no.....	4
2.2	Handel.no.....	4
2.3	Helseportalen.no.....	4
2.4	Norge.no .....	5
2.5	Odin.no .....	5
2.6	Smaalensveven.no .....	5
<b>3</b>	<b>Kva er ein portal?.....</b>	<b>6</b>
<b>4</b>	<b>Målgrupper .....</b>	<b>7</b>
<b>5</b>	<b>Organisasjon og kompetanse.....</b>	<b>8</b>
<b>6</b>	<b>Redaksjonelle høve .....</b>	<b>9</b>
<b>7</b>	<b>Innholdskategoriar .....</b>	<b>10</b>
<b>8</b>	<b>Marknadsføring.....</b>	<b>11</b>
<b>9</b>	<b>Brukarkontakt og evaluering .....</b>	<b>12</b>
<b>10</b>	<b>Teknologi.....</b>	<b>13</b>
<b>11</b>	<b>Kostnader .....</b>	<b>14</b>
<b>12</b>	<b>Konklusjonar .....</b>	<b>15</b>

---

# 1 Omfang og metode

Mandatet for prosjektet var å laga ei intervjuundersøking med representantar for 5–6 portalmiljø om temaet portaletablering og dagleg drift av portalar. Det vart lagt vekt på å få fram erfaringar omkring følgjande tema:

- Organisering og kompetanse
- Redaksjonelle forhold
- Innhaldskategoriar (m.a. rådgjeving, diskusjonsgrupper, linkar)
- Marknadsføring
- Brukarkontakt og evaluering
- Teknologi
- Kostnader

I utgangspunktet vart arbeidet avgrensa til offentlege portalar. Det vart likevel teke med ein kommersiell portal som elles har mykje av den same profilen som fleire av dei offentlege, med vekt på å gjera informasjon rundt eit avgrensa tema tilgjengeleg.

I alt er det gjennomført intervju med sju portalmiljø. Det har vore gjennomført intervju med ein til to representantar for kvar av portalane i lista nedanfor:

FNS.no  
Handel.no  
Helseportalen.no  
Høykom.net/Hoyvis.net  
Norge.no  
Odin.no  
Smaalensveven.no

Dei som er intervjuar har vore vevkoordinatorar; dei fleste av desse har også hatt redaktøransvar. For Norge.no er det gjennomført to intervju fordi ansvaret for portalen har vore delt mellom to institusjonar. For FNS.no vart både noverande og tidlegare vevkoordinator intervjuar for å dekkja både oppstart og situasjonen i dag. To av intervjuar er gjennomførte pr. telefon, resten i møte. I tillegg er resultatane presentert og drøfta på eit seminar i Sogndal med representantar for Vestlandsforskning, Fylkesmannen i Sogn og Fjordane, Statskontoret i Sverige og South West Regional Authority i Irland.

I dette delprosjektet er det ikkje gjennomført noko vurdering av sjølve portalen, visuelt eller funksjonelt. Det sentrale i denne samanhengen har vore å få fram erfaringar frå dei som har starta opp, eller har ansvaret for det daglege arbeidet med portalane.

---

## 2 Kort presentasjon av de ulike portalane

Presentasjonane av dei ulike portalane her er basert på deira eigne framstillingar på nettstadane.

### 2.1 FNS.no

Forvaltningsnettsamarbeidet er eit av fleire tiltak i samarbeidet mellom kommunesektoren og staten på IT-området (KOSTIT). Målet er å fremja enkel, sikker og kostnadseffektiv elektronisk informasjonsutveksling innan offentleg sektor og i høve til andre brukarar. Ei viktig side ved forvaltningsnettsamarbeidet er innkjøpsordningane som er laga for å gjera kjøpeprosessen enklare for dei ulike offentlege verksemdene. Ordninga omfattar ei samling av rammeavtalar med rettleiingar for korleis ein skal gå fram, og med ferdige framlegg til kjøpsavtalar.

Portalen er etablert gjennom eit samarbeid mellom AAD og KS.

### 2.2 Handel.no

Denne nettstaten er ein kunnskapskanal for å fremja elektronisk handel og elektronisk forretningsdrift. Målgruppa er alle som er eller vil koma i kontakt med elektronisk handel, sæleg leiarar i SMB-bedrifter. Føremålet er å skapa ein felles kommunikasjons- og læringsarena og vera ein møttestad for leverandørar av informasjon, kompetanse og løysingar, og for verksemdar som vil satsa på elektronisk handel og forretningsutvikling.

Portalen er lagt under Fellesforum for elektronisk handel som er eit breitt samansett forum oppretta av Nærings- og handelsdepartementet (NHD).

### 2.3 Helseportalen.no

Føremålet er å vera ei informasjonsteneste som ikkje er bunden av kjeder, grossistar eller leverandørar. Helseportalen skal vera ei påliteleg informasjonskjelde om naturmidlar og kosttilskot. Portalen skal også vera eit talerøyr for organisasjonar, leverandørar og andre institusjonar innan helsekostbransjen. Det vert lagt vekt på kvalitetssikring av naturprodukt og spreiking av informasjon om forskning på dette området.

Portalen er frittstående og privatfinansiert.

Hoykom.net/Hoyvis.net

---

Hoykom står for ”program for tilskudd til høyhastighetskommunikasjon”. Intensjonen er å auka og effektivisera samarbeidet mellom ulike offentlege verksemdar og stimulera til læring og kompetanseutvikling når det gjeld breibandkommunikasjon. Programmet har som mål å utvikla nye tenester og betra eksisterande tenester med sikte på å få til ei meir brukarorientert forvaltning.

Hoykom.net er den interne portalen for dei som har fått støtte frå programmet, eller søkjer om slik støtte. Hoyvis.net er ei generell informasjonsteneste om breiband. Det er to ulike portalar som mellom anna er utvikla i to ulike verktøy, og har ulike målgrupper.

Portalen ligg under Noregs Forskningsråd med finansiering frå NHD.

## **2.4 Norge.no**

Regjeringa og styret i KS har teke initiativ til å etablera ein felles inngang til all offentleg informasjon på Internett under namnet Norge.no. Både borgarane og forvaltninga er målgrupper for portalen. Målet er å gjera det enklare for brukarane å finna fram til offentleg tenester og offentleg informasjon. Norge.no skal stimulera til at fleire offentlege instansar kjem på Internett. Målet er også at nettstaden skal medverka til at kvaliteten på dei offentlege tenestene på Internett vert betre.

Portalen er finansiert av AAD.

## **2.5 Odin.no**

Odin er ei felles elektronisk informasjonsteneste frå regjeringa og departementa. Målet med Odin er å gjera informasjon og nyheiter frå regjeringa og departementa tilgjengeleg på Internett. Meininga er at dette skal føra til at den sentrale statlege forvaltninga vert meir tilgjengeleg og open. Det er lagt vekt på at tenesta skal vera interaktiv og tilrettelagt for tovegskommunikasjon. Den sentrale redaksjonen for Odin er lagt til Statens forvaltningsteneste. Kwart departement og Statsministaren sitt kontor har eigne lokale Odin-redaksjonar.

ODIN er finansiert av AAD.

## **2.6 Smaalensveven.no**

Dette er ein regional, offentleg nettstad som omfattar ti kommunar i indre Østfold. Kvar kommune har eigne heimesider i tillegg til fellessider for regionen. Hovudtema for portalen er i dag offentlege tenester, fritid, kultur og forretningsliv.

Portalen er finansiert av dei ti kommunane som tek del i portalsamarbeidet.

---

### 3 Kva er ein portal?

Informantane fekk spørsmål om korleis dei definerte ein portal. Dei fleste svara gjekk i retning av ein nokså vidfemnande definisjon. Ein informant seier at det er eit ”innfallspunkt til mange ressursar”. Fleire legg vekt på at det er vanskeleg å avgrensa kva ein portal er, men at det har å gjera med kva som gjev meirverdi for brukarane. Det vert også sagt at alle vevsider som har høge besøkstal, som tek opp fleire tema og gjev tilgang til data ”litt på tvers”, er det folk vanlegvis oppfattar som ein portal.

Alle vevtenestene som er med i undersøkelsen, fyller sentrale kriteria for portalar slik det er definert av Statens informasjonsteneste. Her er det mellom anna lagt vekt på at nettstaden skal vera ”*et samlende utgangspunkt/innfallspunkt for vidare søking*” og ”*hovedhensikten er å samle og systematisere kilder på nettet, og dermed gjøre det lettere for brukerne å søke seg fram til ønsket informasjon*”.<sup>2</sup>

Ein annan definisjon som også er relevant i denne samanheng, er laga av Gisle Hannemyr: ”*En ”portal” er en webbasert tjeneste som fungerer som en inngangsport til samlinger av nettbasert informasjon, og som i tillegg tilbyr ulike verdiøkende tjenester bygget opp med utgangspunkt i den informasjonen portalen administrerer adgangen til. En portal kan både være en inngangsport til informasjon som lagres på portalens vertsmaskin (hosted information), og informasjon som befinner seg på andre vertsmaskiner (non-hosted information)*”<sup>3</sup>

Vevtenestene i undersøkinga fungerer som utgangspunkt for vidare søking, og inneheld lenker til andre vevsider. Dei tilbyr systematisert informasjon og inneheld indeksar og lenkelister. Dei fleste nettstadane omfattar også informasjonstenester der det er lagt til rette nytteinformasjon frå ulike kjelder i tekstleg form. Ein del av informasjonen vert henta frå databasar, til dømes prosjektdatabasen til HOYKOM eller ordbokfunksjon under Handel.no. På ODIN.no vert offentlege dokument og informasjon henta både frå filsystem og databasar.

---

<sup>2</sup> Statens informasjonsteneste: Verdensveven – formidling av offentlig informasjon. Oslo 1999, s. 49

<sup>3</sup> Gisle Hannemyr: IN-INT 7. Case study: Design av portal. 19.10.1998 URL: [www.ifi.uio.no/inint/emne07.html](http://www.ifi.uio.no/inint/emne07.html)

---

## 4 Målgrupper

Odin.no og Norge.no har "folk flest" som målgruppe. Det gjeld også Smaalensveven, men då på regionalt nivå. Føremålet er å spreia offentleg informasjon. Dei andre portalane er meir tematiske informasjonstenester retta mot personar og institusjonar som er interessert i til dømes breiband, e-handel eller offentleg innkjøp. Den privatfinansierte Helseportalen har også publikum generelt som målgruppe, men særleg "kvinner over 40".

Fleire av informantane for dei meir tematiske portalane seier at dei opplever at dei ikkje har "treft" heilt viktige målgrupper. Dei hadde i større grad rekna med å nå leiarar i privat/offentleg sektor. I praksis viser det seg at dei flittigaste brukarane er konsulentfirma og dataselskap som sel tenester mot dei tiltenkte målgruppene. Ein av informantane seier at han trur at portalar i dag ikkje er den beste måten å nå leiargruppa på. Enkle nyheitsbrev på papir eller e-post skred-darsydd for deira behov ville truleg fungera betre, seier han. Felles for dei fleste portalane er at dei har vore i drift i 1–2 år; berre ODIN har fartstid attende til 1995. Ingen av portalane ser ut til å ha sett i gang spesielle tiltak eller endra kurs for å nå dei tiltenkte målgruppene betre.

Fleire gjev uttrykk for at dei behova målgruppene har, vart lite problematiserte og analyserte ved etableringa av portalen. Det vart lagt til grunn ein optimisme om at når tilbodet først var tilgjengeleg, ville interessa og behovet for denne typen tenester veksa fram meir eller mindre av seg sjølv, seier ein av informantane. I praksis har det vist seg å gå tregt med å byggja opp ein stor og lojal brukarmasse for dei fleste av portalane. Med lojal brukarmasse meinast her ei brukargruppe som jamnleg brukar portalen. Erfaringane er at det krevst systematisk arbeid over lang tid for å få dette til: Fleire gjev uttrykk for at dei har mykje ugjort i høve til å nå ulike målgrupper på ein føremålsteneleg måte.

Det vert også hevda at det er for mange ulike portalar i det offentlege i dag som overlappar kvarandre. Det er heller ikkje god nok koordinering mellom dei som finst, slik at offentleg informasjonsverksemd verkar noko fragmentert. Dette er frustrerande, seier ein av informantane, som også trur at dette er forvirrande for brukarane.

---

## 5 Organisasjon og kompetanse

Det er stor variasjon på kor mange personar som er involvert i arbeidet med portalen. Dei fleste av portalane har ein liten stab på 1–3 personar som både står for vevkoordinering og redaksjonelle oppgåver. Dette omfattar mellom anna å tilretteleggja informasjon, leggja inn lenker, svara på e-post, følgja opp dei ulike tenestene på veven, og gjera enklare designoppgåver. For ODIN.no og Smaalensveven.no er det bygd opp ein stor organisasjon av delredaktørar og innhaldsleverandørar. Kvart departement har sin eigen ODIN-redaksjon med varierende storleik og i tillegg ein sentral redaksjon i Statens forvaltningsteneste.

Smaalensveven.no har redaktørar og delredaktørar i kvar kommune og ein sentral vevkoordinator for heile regionen. Viktige oppgåver for den sentrale funksjonen er å etablera standarder og rammer, brukarstøtte, kurs, vidareutvikling, feilretting og endringshandtering. For Smaalensveven er det lagt stor vekt på opplæring av innhaldsleverandørar ute i kommunane, og det vert halde kurs ein gong i veka i vevpublisering. Det er også planar om kurs i skriveform tilpassa vevpublisering for sentale medarbeidarar i kommuneadministrasjonane. Informanten legg vekt på at desse opplæringstiltaka er svært viktige for å lukkast med portalen.

Det er berre ein portal som har eit operativt redaksjonsråd, medan det er fleire formelt sett som har det utan at det fungerer i praksis. Ein av portalane er i ferd med å etablera eit slikt råd. Fleire gjev uttrykk for at dei ønskjer at dei hadde hatt eit engasjert råd eller ”eigarar” som viste større interesse og engasjement i portalen.

Det ser ut til å vera semje om at arbeidsmengda med å driva ein portal er undervurdert. Fleire har deltidsstillingar der vearbeidet kjem i tillegg til anna arbeid. Kvaliteten på portalane ville generelt vore høgare dersom det hadde vore tilført meir ressursar, vert det hevda.

Entusiasme og pågangsmot vert drege fram som eit viktig suksesskriterium. Det krevst stor innsats for å lukkast på dette området, særleg i etableringsfasen. Å starta opp litt halvhjarta er ingen god tilnæringsmåte til portaletablering.

Vevkoordinatorane har bakgrunn innan journalistikk, IT-fag eller bibliotekarutdanning. Fleire av informantane legg vekt på at redaktørane bør ha ei brei erfaring. Det held ikkje med rein journalistisk kompetanse; det er ein fordel med ein del fagkompetanse òg. Helst skal ein kjenna fagfeltet tilstrekkeleg til å kunna kvalitetssikra det som vert publisert på veven, i alle fall til ein viss grad.



---

## 6 Redaksjonelle høve

Ingen av portalane brukar eksterne innhaldsleverandørar i særleg grad. Ein av portalane har laga faste honorartakstar for forfattarar som leverer materiale til portalen. Desse takstane er lagde ut på nettet. Det fungerer ikkje særleg bra i praksis då det viser seg å vera vanskeleg å få inn stoff. Ekspertane innan aktuelle fagfelt har sine egne fora, til dømes fagtidsskrift, der dei publiserer arbeida sine. Praktiskarar som sit inne med mykje nyttig kunnskap synest ikkje dei har noko å fara med og er vanskeleg å få til å skriva. Ein av portalane har fått ekspertar til å laga innlegg, men då mot betaling i form av hjelp til programmering.

Dei offentlege portalane med publikum som målgruppe, legg i større grad ut informasjon som er ”spinoff” av anna informasjonsproduksjon. Til dømes legg ODIN ut offentlege dokument og rapportar frå statsadministrasjonen, medan i Smaalensveven er produksjonen av informasjon på veven kopla saman med utforming av kommuneavis på papir og andre informasjonstiltak i kommunane. Portalane ser i stor grad ut til å vera eit supplement til annan informasjonsdistribusjon, og informantane gjev uttrykk for at potensialet til dette mediet enno ikkje er fullt utnytta.

Det er berre den kommersielle portalen som har reklamefinansiering. Her er erfaringane at det er vanskeleg å skaffa midlar på denne måten i dag. Ingen av dei offentlege portalane har opna for reklamefinansiering, sjølv om fleire i prinsippet meiner at dette kan lata seg gjera til ein viss grad. For HOYKOM/HOYVIS hender det at dei tek inn informasjon om spesielle tema frå leverandørar av breibandtenester, men då vert innhaldet ”moderert” av vevkoordinatoren slik at det ikkje inneheld direkte reklame. Logoene til leverandørane tek dei likevel med som ”honorar”.

---

## 7 Innhaldskategoriar

Tre av portalane har funksjonalitet for diskusjonsgrupper. Dei fleste er likevel opptekne av at dette er vanskeleg å få til. Ein titt på diskusjonsgruppene viser også at ein god del av innlegga er gamle, og vevkoordinatorane har sjølv laga mange av innlegga. Det krevst at det finst ei etter måten stor og lojal brukargruppe rundt portalen, vidare at det er tema som fengjer tilstrekkeleg til at mange let seg engasjera i debatten, seier informantane.

Dei fleste har likevel planar om å etablera ei slik teneste. For Smaalensveven ser dei for seg at det kan vera aktuelt i samband med utlegging av kommuneplanar og liknande. Dette er eit tema som kan engasjera mange, trur informanten, men dei har enno ikkje prøvd det i praksis. FNS.no har nytta diskusjonsgruppa som helpdesk i samband med tilbodsrundar. Til dette konkrete føremålet har diskusjonsgruppa fungert bra.

Alle portalane har i større eller mindre grad linkar til andre vevsider. Det er ingen formaliserte avtalar rundt dette i dag. I praksis er det ofte basert på munnlege avtalar og personlege kontaktar.

Det er generelt også lite formalisering rundt oppdatering. Ein av portalane har eit linkesjekkingsprogram som ikkje fungerer. Dette har også vore prøvd for ein annan portal, men det fungerte ikkje tilfredsstillande. Tilbakemelding frå brukarane er eit viktig grunnlag for oppdatering av linkar som ikkje er i stand. Fleire av informantane seier at oppdatering skjer litt tilfeldig.

Det er fleire som seier dei har planar om å tilby personlege nyheitsprofilar. I dag er det berre ein av portalane som har ei slik teneste. Mange har planar om å byggja om menystrukturane slik at dei betre dekkjer brukarane sine behov, til dømes etablera rollebasert meny. Dei største hindringane som vert nemnde for å realisera planane, er at det er dyrt å laga ny funksjonalitet og gjera endringar i systema.

---

## 8 Marknadsføring

Marknadsføring er ingen stor utgiftspost for portalane i undersøkinga. Dei fleste har gjort ein innsats for å gjera domene tilgjengeleg for dei store søkemotorane som Yahoo og Altavista, nokre har også gjennomført metatagging<sup>4</sup>. Ei av informantane opplyser at dei har ein avtale med VG om annonsering på nettavisa deira. Det er vanskeleg å skaffa midlar til marknadsføring på dei offentlege budsjetta, seier informantane. Den privatfinansierte portalen har heller ikkje store ressursar til dette føremålet. Dei har funne ut at elektronisk annonsering ikkje når tilstrekkeleg mange av målgruppa, og dei planlegg i staden ein tradisjonell reklamekampanje med brosjyrer i postkassene.

For to av portalane vart det laga eit eige opplegg rundt lansering med annonsar både i aviser, nettaviser og på sentrale portalar/søkemotorar med budsjett rundt 500 000 kroner. Ein av informantane seier at han trur det vart lagt for stor vekt på lanseringa i høve til meir langsiktige tiltak. I starten var det stor tru på at dersom ein berre klarte å få nok blest om portalen, ville det ”gå av seg sjølv”. Driftsfasen var for lite planlagt, og det har vist seg at interessa og aktivitetane rundt portalen har vore mindre enn venta.

Det burde vore betre koordinering mellom offentlege portalar, og meir system rundt linkar i det offentlege, vert det sagt. Ein av informantane har erfaring for at det i dag ofte er vanskeleg og tidkrevjande å få andre offentlege portalar til å leggja inn peikarar.

---

<sup>4</sup> I html-dokumenta kan det leggjast inn informasjon som ikkje vert vist ved vanleg lesing i ein nettlesar, men som kan lesast av søkemaskina sin robot. Her kan ein leggja inn ei rekkje nøkkelord om dokumentet eller vevtenesta.

---

## 9 Brukarkontakt og evaluering

Hovudkontakten med brukarane er gjennom e-post. Alle redaksjonane får ein god del e-post frå brukarane. Dei opplever at brukarane sender tilbakemeldingar på e-post i noko varierende omfang, men det er lite systematikk rundt innhenting av tilbakemeldingar og erfaringar. For fleire av portalane er det ikkje uvanleg med 20–30 e-post om dagen. Det er gjerne ei blanding av spørsmål, kommentarar og tips. I redaksjonane vert dei enten svart på direkte eller sent vidare til rette vedkommande.

Ein av informantane seier dei har prøvd å laga ei opplysingsteneste med ”grøn line”, der ein kan stilla spørsmål til ulike ekspertar på telefonsvarar. Dei opplever at folk ikkje vil leggja fram spørsmåla sine på telefonsvarar, men seier i beste fall ”ring meg”. Informanten har erfaring for at e-post fungerer betre.

Det er eit stort behov for rettleiingstenester, særleg på dei portalane som tek for seg spesielle tema. For ein del av vevkoordinatorane/redaksjonane tek dette mykje tid.

Fleire legg vekt på at det er viktig å få til eit miljø rundt portalen, slik at det vert tovegskommunikasjon og reaksjonar på det arbeidet ein gjer. Både seminar, arbeidsgrupper og fagråd kan vera nyttige tiltak for å få dette til. Ein informant seier at det er uvurderleg å møta brukarane ansikt til ansikt ein gong i mellom.

Alle portalane er opne, utan lukka rom eller andre former for avgrensa tilgang. HOYKOM gjev uttrykk for at det kunne vore aktuelt å skjerma opplysningar om til dømes framdrift og økonomi for prosjekta, men brukarane har vist liten interesse for dette. Det same er aktuelt i samband med tilbodsrundar på FNS-veven, men brukarane har heller ikkje her uttrykt ønskje om avgrensa tilgang. Det ser ikkje ut til at dette er særleg prioritert når det gjeld framtidige satsingar for nokon av portalane.

Til no har det vore lite systematisk brukarevaluering for desse portalane. Kriteria for evaluering ser ikkje ut til å ha vore noko sentalt tema ved etablering av portalane, og kost/nytte-vurderingar har ikkje vore vektlagt. For Norge.no vart det gjennomført ei evaluering hausten 2001<sup>5</sup>, og for ODIN vart dette gjort dei første åra. Fleire av dei andre portalmiljøa har planar om slike evalueringar. Eit viktig hinder er at det kostar mykje pengar å gjennomføra slike evalueringar.

---

<sup>5</sup> ResearchLab: Norge.no. Evaluering av nettportalen norge.no. 30.11.01

---

## 10 Teknologi

I alt tre av portalane er utvikla ved hjelp av Microsoft produkt (Front Page, Active Server Page) eller andre industristandardverktøy som Lotus Domino Server og Macromedia Dreamweaver. Ein av portalane har nytta programmeringspråket Perl som er ei open programvare. Dei andre portalane er utvikla ved hjelp av propritære verktøy frå Mogul, Netpower eller Webcenter Unique.

Eit felles problem som kjem fram for alle dei propritære løysingane, er at det har vore etter måten rimeleg å utvikla grunnstrukturen og ein del standard funksjonalitet. Derimot viser det seg å verta både dyrt og arbeidskrevjande å gjera endringar og leggja til nye funksjonar som søking, diskusjonsgrupper eller personifiserte nyheitsprofilar.

Sjølv små endringar, som til dømes omstrukturering av menyar, er svært arbeidskrevjande og tungvint, seier fleire av informantane. Mange av vevkoordinatorane kan sjølv gjera mindre endringar på layout og format, men ofte må ekspertar frå programvareleverandøren engasjerast for å gjera endringar. For dei fleste er dette eit vesentleg hinder for å få til meir dynamiske vevtenester som er meir lydhøyre for behova til brukarane. Dei som nyttar industristandarder eller open programvare nemner ikkje slike problem i same grad.

Alle portalmiljøa i undersøkinga har outsourca driftstenestene heilt eller delvis. Det ser ut til at det er lite problem knytt til den tekniske drifta. Dette utgjer også små kostnader; typisk er driftskostnader i storleiken 10 000–30 000 kroner i året.

---

## 11 Kostnader

Kostnadene for årleg drift ligg generelt på mellom 2–3 millionar kroner. Dette omfattar både løn, teknisk drift og redaksjonelle utgifter og eit mindre vedlikehaldsbudsjett. Dei stadane der dei har desentraliserte redaksjonar/innhaldsleverandørar kjem desse kostnadene i tillegg.

Utviklingskostnader ligg på 1–3 millionar, men her er det fleire som seier at det ligg ”gløynde” kostnader i etableringa, som vanlegvis ikkje vert rekna med. Dette omfattar ein god del frivilleg gratisarbeid og gjerne ein etter måten lang initieringsfase som har vorten finansiert av andre budsjettpostar.

Fleire av informantane legg vekt på at det lønar seg å prioritera innsats til planlegging og dimensjonering av portalen, og å spesifisera brukarbehov og tenestetilbod godt på førehand. Verktøya er ikkje fleksible nok til å la ”vegen bli til medan ein går”. Gode kravspesifikasjonar er ein føresetnad for gode resultat, seier ein av informantane.

---

## 12 Konklusjonar

Sjølv om utvalet av portalar er lite, er det eit tilfeldig utval av dei mest kjente offentlege portalane, og såleis ikkje noko systematisk skeivt utval av offentlege portalar. Det er sjølvsagt vanskeleg å dra generelle slutningar frå eit så avgrensa materiale. Det går likevel fram at mange av portalane ikkje heilt har funne plassen sin i offentlig kjerneverksemd og informasjonsformidling generelt. Den privatfinansierte portalen i undersøkinga er også prega av at e-handel ikkje har fått den utbreiinga ein kanskje hadde venta. Det kunne vore interessant å undersøkje nærmare om dei erfaringane som kjem fram her, gjeld i ein større samanheng, gjerne også internasjonalt.

Erfaringane frå undersøkinga kan oppsummerast i følgjande råd:

- Målgrupper bør definerast og behova avklarast godt på førehand. Det er ikkje sikkert at løysinga er ein portal.
- Kost/nytte-vurderingar bør gjerast og kriteria for evaluering utarbeidast
- god planlegging med vekt på å dimensjonera basisløysinga ("grunnmuren") i høve til ambisjonsnivået er viktig.
- Mogeleg samordning med andre offentlege vevtenester bør avklarast .
- Ein må ha gode argument for å velja noko anna enn industristandard/open standard programvare.
- Lansering kan vera nyttig, men systematisk og langsiktig arbeid er det som gjev resultat.
- Portalen bør integrerast i ansvarlege institusjonar si kjerneverksemd og ikke vera eit eller anna på sida av arbeidet elles.
- Ei etter måten stor og lojal brukargruppe er ein føresetnad for å få til aktivitetar i samband med portalen, til dømes diskusjonsgrupper.
- Det er lett å undervurdere omfanget av arbeidet med vevkoordinering og redaksjonelt arbeid .
- Ein må leggja vilkåra til rette både økonomisk, organisatorisk og teknisk for å kunna gjera endringar og fleksibelt tilpassa seg nye brukarbehov etter kvart.

---

## REFERANSER

<b>Tittel:</b>	Portalar i praksis Erfaringar frå portaletablering og drift av portalar
<b>Forfatter(e):</b>	Olaug Hana Nesheim Guri Birgitte Verne
<b>Statskonsults notatnummer:</b>	2002:1
<b>Prosjektnummer:</b>	709
<b>Prosjektnavn:</b>	Utredningsoppgaver for Arbeids- og administrasjonsdepartementet
<b>Prosjektleder:</b>	Olaug Hana Nesheim
<b>Oppdragsgiver(e):</b>	Arbeids- og administrasjonsdepartementet
<b>Resymé:</b>	Intervjuundersøking som omhandlar erfaringar med etablering og drift av vevportalar. Undersøkinga omfattar intervju med vevkoordinatorar/redaktørar fra sju vevportalar; i alt seks offentlege og ein privatfinansierte portal.
<b>Arbeidsområde:</b>	Informasjonsteknologi
<b>Emneord:</b>	Webportaler, Web-sites, Webkoordinator, Diskusjonsgrupper, Portal, Brukerbehov, Lansering
<b>Dato:</b>	April 2002
<b>Sider:</b>	16
<b>Utgiver:</b>	Statskonsult Postboks 8115 Dep 0032 OSLO