

Användarbehov för en digital arena

Sammanfattningsvis har följande användarbehov identifierats genom samtal med 24 stycken utvalda aktörer som representerar kommuner, myndigheter, forskning och olika expertområden.

- **Standarder och vägledningar** - Det saknas tydliga rekommendationer kring vilka standarder som ska användas. Behövs färre och mer enhetliga sätt att arbeta. Hitta rätt nivå för vägledning, t.ex. använd det här programmet för den här uppgiften, de här attributen behövs för att något ska räknas som en badplats. Önskas nationell vägledning från myndighet.
- **Utbildning** - Utbildning behövs både på mycket grundläggande nivå och på fortsättningsnivå. Man kan även behöva gå samma/liknande utbildning flera gånger för att förstå och för att internalisera kunskap. Utbildning fokuserar ofta på teknik för delning och inte på organisation för användning av data.
- **Förvalta projektresultat** - Projekt utvecklar verktyg och genererar kunskap som borde spridas till fler än projektdeltagarna. Men när projektet är slut saknas ofta någon som förvaltar resultatet och då tar spridningen slut.
- **Fysiska träffar, matchmaking och nätverk** - Kontakter byggs mellan människor. Vi behöver platser/tillfällen där människor med liknande intresse och motivationer kan prata med varandra. Det är svårt att veta vilka nätverk som finns och hur jag kommer i kontakt med dem om frågor som uppstår i min organisation.
- **Nätverk mellan, samarbete inom** - Det behövs kontaktvägar för personer med liknande intressen, ansvar och kompetensnivå mellan organisationer. För att dela kunskap/erfarenhet, för att kunna dra nytta av varandras arbete, tex göra gemensamma event. Inom organisationen behöver samarbete underlättas mellan olika kompetensområden för att driva kultur kring data som resurs.
- **Investeringsparadox** - Det saknas ett internt kvittningssystem där kostnader för gemensam nytta behöver fördelas över flera olika förvaltningar/organisationer. Vems budget ska belastas och vems krediteras? Vems personal ska få ökade uppgifter och ansvar för det gemensamma arbetet?
- **Affärsmodeller och ändrade arbetsätt** - Kommuner finansierar del av sin verksamhet genom att sälja data t.ex. vid bygglovshantering. Fria och öppna data

kräver annan finansiering och andra sätt att arbeta. Man vill kunna arbeta behovsstyrt istället för tids-/periodiseringsstyrt.

- **Räkna hem vinsten** - Hur övertygar vi ledning och resten av organisationen om att använda och dela data. Det är så mycket annat som är viktigt och som vi vet hur man räknar hem. Datadrivet betyder utmaningar för organisationen när vi t.ex. upptäcker variation i datakvalitet. Engagemang utgår från att egen vinst är bästa vinst.
- **Geodata som inkörspport** - Rädsla för att dela persondata och samkörda data knuten till invånare gör att det tar stopp. Geodata ger direkt nytta, både för förvaltningen och för invånaren/företagaren och ses som "tryggare" och "enkla". Här finns även datakompetens att tillgå.
- **Mottagningskapacitet** - Kunskapsnivå och organisationsmodell gör det svårt att ta emot kunskap. Det blir även svårt att agera på ny kunskap och generera nya nyttor när mottagningskapaciteten är låg. Det krävs ett stort internt arbete för att jobba med kapacitetsuppbyggnad (kunskap, fokus, verktyg, etc.).
- **Data är dialog** - Det behövs uppdaterade och aktuella datamängder och då behöver det finnas en dialog mellan aktörer och system. När medborgaren bidrar till datainsamling kan handläggaren förbättra sin data och agera utifrån den. Det visar för medborgaren som ser att det egna bidraget ger effekt, vilket leder till en ökad vilja att fortsätta bidra till bättre data.
- **Att vara bäst i jämförelse** - När vi gör bra ifrån oss vill vi att andra ska se det. Kan vi visa att vi är bästa datakommun eller bästa datamyndighet så sporrar det. Vi vill vara ett föredöme och förebild och att andra ska kunna inspireras av oss. Om vi ser att vår grannkommun är jättebra på att använda data då kan vi lära av dem. Och sen bli ännu bättre.
- **DIGG ger trovärdighet** - Det är viktigt att det är DIGG som är avsändare och att det är tydligt vad man vill uppnå med arenan. Att DIGG står bakom gör att osäkra chefer vågar tacka ja och satsa.
- **Utrymme för skoj** - Moroten får inte glömmas bort när piskorna viner. Data behöver också vara roligt och intresseväckande och inte alltid på blodigt allvar.
- **Hjälp att ansöka** - Stora program (tex EU:s digital compass) har mycket pengar att jobba för, men det är mycket svårt att ansöka om man inte gjort det förut. Ansökningsstöd och eventuell hjälp att hitta konsortium att delta i behövs för att fler ska kunna söka om medel och delta i projekt.
- **Mentorskap** - En person som kan agera mentor behöver inte vara expert, bara ha kommit längre än sin adept. Lärandet går inte bara mentor – adept utan även åt

andra hållet. Skapar kontakter och trygga rum för "dumma" frågor och bra diskussioner.