



BORNHOLMS
R E G I O N S K O M M U N E

Borgerpanelundersøgelse

Kommunikation og information

Januar 2014

Strategi og Analyse, januar 2014

Indhold

Metode og resultater	3
Hovedresultater.....	4
Information fra BRK til borgerne	5
Nyheder fra BRK	5
Information om regionskommunens servicetilbud	6
Hvilken information?	6
Hjemmesiden.....	7
Selvbetjening	10
Borgerbetjening.....	11
Borgerservice.....	11
BYG Kundecenter.....	11
Gode råd om kommunikation fra borgerne	13

Metode og resultater

Bornholms Regionskommune gennemførte i november og december en borgerpanelundersøgelse om kommunikationen med og informationen fra kommune til borger.

Formålet med undersøgelsen er dels at få en form for måling af tilfredsheden med regionskommunens kommunikations, dels at få input til hvordan regionskommunen i fremtiden kan kommunikationen bedre. 474 svarede på spørgeskemaet, hvilket som nævnt i metodenotatet fra Rambøll Management er forholdsvis lavt for undersøgelser i borgerpanelet. Besvarelsesprocenten på ca. 55 % ligger således et stykke fra tidligere undersøgelser som fx undersøgelsen om Trafik (66 %) og Frivillighed (76 %). Årsagen til den lavere svarprocent kan muligvis findes i, at temaet for denne undersøgelse ikke har været et aktuelt politisk spørgsmål som tilfældet var med færgetrafik og frivillighed, men i højere grad har været en internt rettet undersøgelse, der i vid udstrækning har handlet om tilfredshed.

For visse spørgsmål har antallet af respondenter været meget lavt, og resultaterne herfra kan derfor alene give et groft fingerpeg. Der gøres gennem rapporten opmærksom på når disse forhold optræder.

Rapporten indeholder foruden de pointer, der kan hentes fra de lukkede spørgsmål, også pointer fra de åbne spørgsmål, hvor ordet har været frit i forhold til at give gode råd til regionskommunen om kommunikationen til og med borgerne. Borgernes forslag til en forbedret kommunikation inddrages løbende i analysen efterhånden som de forskellige emner behandles.

Undersøgelsen har taget udgangspunkt i borgernes oplevelser som borgere, og det er derfor ikke muligt at anvende analyseresultater som en generel betragtning, der fx også omfatter erhvervslivets kontakt med regionskommunen.

Hovedresultater

Hovedresultaterne i undersøgelsen er:

- Borgerne får primært deres nyheder om Bornholms Regionskommune gennem medierne, og i mindre grad gennem regionskommunens egne kanaler. Borgerne har et generelt ønske om at have mulighed for at kunne læse nyhedsbreve om hvad der sker i regionskommunen inden for forskellige områder.
- Borgerne vil især gerne have nyheder om hvad der sker i deres lokalsamfund, men også gerne om den kommunale service, politiske beslutninger, mål og visioner.
- At Bornholms Regionskommunes hjemmeside, der er den primære kanal til oplysning og information, trænger til en overhaling både hvad angår søgefunktionen, der er en central del af hjemmesidens koncept, og hvad angår den generelle brugervenlighed.
- Ønsket om øget brugervenlighed går igen i forhold til selvbetjening, og en stor del af paneldeltagerne nævner netop brugervenligheden som det, der vil kunne få dem til at bruge selvbetjeningsløsningerne mere. Der er også et ønske om øget tryghed i forbindelse med selvbetjeningsløsningerne, forstået således, at borgerne får en tilbagemelding, når selvbetjeningen er gennemført, eller i form af en støttefunktion i selvbetjeningsprocessen fx ved hjælp af live-chat med en medarbejder.
- De unge skiller sig negativt ud i forhold til kendskab til selvbetjeningsløsningerne, også inden for løsninger, der er uafhængige af livssituation. Besvarelserne i undersøgelsen afspejler landstendensen, hvor de unge udgør en gruppe, der har svært ved at forstå indholdet af offentlige sider på nettet, og dertil ikke benytter selvbetjening i lige så høj grad som resten af borgerne.
- Undersøgelsen viser, at der især blandt de unge er et stigende ønske om at kommunikere via sms og sociale medier. På den anden side er det meget få paneldeltagere, der angiver, at de bruger bibliotekerne som et sted de henter information.
- Undersøgelsen viser også, at der er behov for, at der kommunikeres hurtigt tilbage til borgerne, når de henvender sig via mail og brev.

Information fra BRK til borgerne

Paneldeltagerne blev i undersøgelsens første del bedt om at forholde sig til kommunikationen mellem dem og regionskommunen, der vel at mærke ikke har noget at gøre med den egentlige kommunale service. Det vil sige, at det blandt andet her handler om, hvordan deltagerne får nyheder og serviceinformation fra BRK.

Der har været mange kommentarer om regionskommunens hjemmeside, og denne har derfor fået sit eget selvstændige afsnit.

Nyheder fra BRK

En stor del af den information, der sendes fra regionskommunen er i form af nyheder af forskellig slags. Nyheder kan derfor handle om alt fra projekter som byfornyelse gennem Mulighedernes Land til information om valg til ungdomsskolebestyrelsen. Nyhederne formidles altid på regionskommunens hjemmeside, men i mange tilfælde hjælper medierne med at få informationen ud til borgerne.

Paneldeltagerne får primært deres nyheder om regionskommunen gennem TV2-Bornholm (71 %) og Bornholms Tidende (64 %). På de næste pladser kommer DR Bornholm og Bornholm.nu. Der er dog en sammenhæng mellem medie og alder, hvor den ældre del af befolkningen får nyheder om regionskommunen gennem DR Bornholm, Bornholms Tidende og Rytterknægten, får de unge nyhederne på nettet, her repræsenteret ved internetmediet Bornholm.nu. Det skal i den forbindelse bemærkes, at alle medierne har en nyhedsside på internettet.

I den kommunale kontekst er det interessant at bemærke, at kun en tredjedel benytter regionskommunens hjemmeside til at få nyheder om regionskommunen (også selvom det har været muligt at afgive flere svar på spørgsmålet).

Regionskommunen informerer også til borgerne på fysiske lokaliteter ved hjælp af opslag i borgerservice og på bibliotekerne, men det er en meget lille del af paneldeltagerne, der angiver dette som et sted de får nyheder fra regionskommunen.

Paneldeltagerne blev i forlængelse af spørgsmålet om, hvor de får nyhederne fra, også spurgt til hvordan regionskommunen bedst kan formidle nyheder til dem. Her er det ikke overraskende en stor del, der synes at medierne er et oplagt valg (77 %), men det er måske mere overraskende, at næsten halvdelen synes, at nyhedsbreve som man selv tilmelder sig vil være en god kommunikationskanal. Med 40 % kommer regionskommunens hjemmeside ind på en tredjeplads. Flere deltagere peger i de åbne besvarelser på, at medierne

måske kunne bruges på andre måder end det sker i dag, fx gennem OBS-lignende udsendelser i TV2-Bornholm eller i DR Bornholm.

Det er dog også værd at bemærke, at der endnu engang kan spores en aldersbetinget forskel på, hvordan nyhederne bedst serveres. Overordnet set kommer de sociale medier og sms-kommunikation ind på en delt fjerdeplads med hver 11 %, men ser man på de unge er det 25 % der ønsker sms'er og hele 34 %, der ønsker nyheder gennem sociale medier.

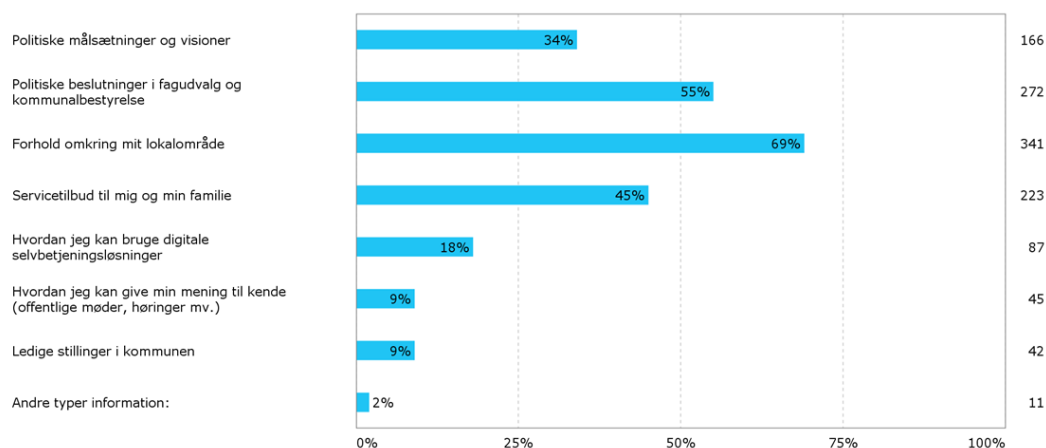
Information om regionskommunens servicetilbud

På spørgsmålet om hvor paneldeltagerne finder information om regionskommunens servicetilbud, er regionskommunens hjemmeside det foretrukne valg. Det er dog ikke mere end godt halvdelen (55 %), der bruger regionskommunens primære kommunikationskanal til at finde oplysninger om regionskommunens service. Der er igen sammenhæng til alder, og det er således blot en tredjedel af den ældre del af befolkningen, der benytter www.brk.dk. Til gengæld benytter de ældre, i højere grad end de unge, medierne som informationskanal, når det gælder den kommunale service. 61 % af de ældre bruger Bornholms Tidende som kanal – eller med andre ord er der dobbelt så mange ældre, som benytter Bornholms Tidende i forhold til regionskommunens hjemmeside.

Noget tyder på at bibliotekernes rolle som formidler af serviceinformation til borgerne er under pres; kun 1,4 % henter information om regionskommunens servicetilbud på biblioteket.

Hvilken information?

Paneldeltagerne ønsker først og fremmest at blive informeret om ting, der sker i deres lokalområde (69 %). Dette viser endnu engang, at engagementet i lokalområdet næppe kan undervurderes, og at kommunikation om lokal service og lokale nyheder generelt har stor bevågenhed.



Noget der også optager mange (55 %) er politiske beslutninger, eller med andre ord information fra udvalg og kommunalbestyrelse. Interessen for de politiske beslutninger hænger umiddelbart sammen med alder og indkomstniveau, hvor det typisk er de ældre og de der har den højeste husstandsindkomst, der er mest interesseret i de politiske beslutninger.

I forhold til information om servicetilbud er det en forholdsvis høj procentdel (45 %), der ønsker information, og det er typisk de yngre og især børnefamilier, der er interesseret.

Politiske mål og visioner har interesse for ca. en tredjedel af paneldeltagerne, og interessen har sammenhæng til husstandsindkomsten, hvor en højere husstandsindkomst ofte betyder en større interesse for mål og visioner.

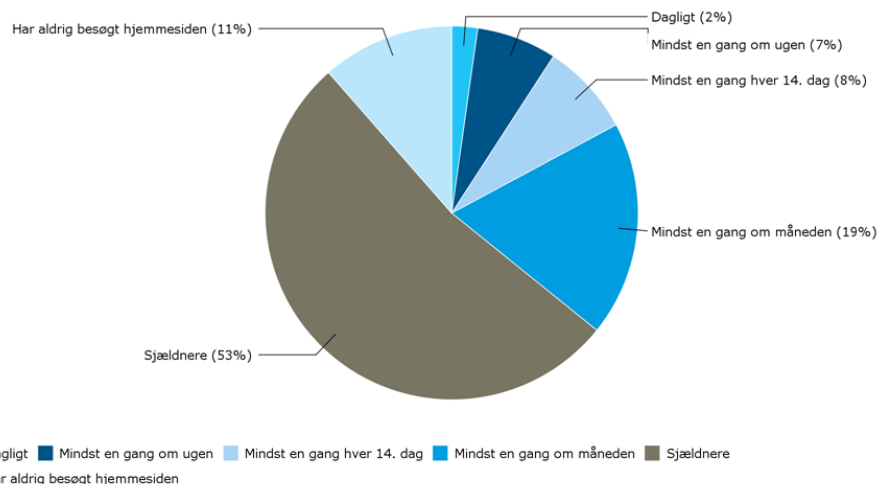
Deltagerne i borgerpanelet blev også spurgt om de ønskede information om selvbetjening, og på trods af, at interessen ikke er så stor som for de øvrige emner, er der alligevel en interessant sammenhæng mellem alder og ønsket om information om selvbetjening. Efterspørgslen efter information om selvbetjening vokser jo højere vi bevæger os op i alder. Kun 6 % af de unge efterlyser information, men det vokser til 16 % for mellemlgruppen og til 26 % for dem, der er over 65 år.

Hjemmesiden

Som nævnt ovenfor har hjemmesiden affødt mange kommentarer, og den skiller sig generelt ud i forhold til resten af regionskommunens kommunikation, idet den er regionskommunens primære kommunikationskanal for almen information, men også fordi mange paneldeltagere har kommenteret hjemmesiden i de åbne besvarelser. Den nuværende hjemmeside blev lanceret i maj 2011, og er kendetegnet ved et stort søgefelt i midten af siden, samt en menustruktur øverst i billedet.

Hjemmesiden er regionskommunens primære kommunikationskanal til borgerne om servicetilbud, politiske beslutninger, mål og visioner. Det er derfor vigtigt, at borgerne kender og bruger hjemmesiden, da mange af oplysningerne om de nævnte emner fortrinsvis findes her.

Paneldeltagernes tilbagemeldinger viser, at under halvdelen (36 %) besøger hjemmesiden mindst en gang om måneden, og at 12 % aldrig har besøgt siden. For de ældres vedkommende er det en fjerdedel, der aldrig har besøgt siden.



Meget overordnet set er paneldeltagerne delt i to tredjedele, der synes, at kvaliteten er ok, mens en sidste tredjedel ikke synes, at kvaliteten er tilstrækkelig. Deltagerne er fx blevet spurgt til indholdet af siderne, hvor 70 % synes at teksterne på hjemmesiden er lette at forstå. Det lader dog til at det er sværere at forstå for unge end for de ældre. 26 % af de unge er uenige eller helt uenige i, at teksterne er lette at forstå. Det tilsvarende tal for mellemgruppen er 13 % og for de ældre 11 %.

63 % af paneldeltagerne synes, at de informationer der findes på hjemmesiden er brugbare, hvilket dog modsvares af at 18 % eller næsten hver femte ikke synes, at informationerne er anvendelige. Et relateret spørgsmål handler om, hvorvidt hjemmesiden indeholder det som paneldeltageren har behov for. Her er 57 % helt eller mest enige i, at det gør den, men samtidig er det næsten hver fjerde, der ikke får opfyldt deres behov for information via hjemmesiden.

Hjemmesiden består som nævnt af et stort, centralt placeret søgefelt, og designmæssigt er hjemmesiden lagt an på, at brugerne skal benytte søgefunktionen. En tredjedel mener dog ikke, at søgefunktionen hjælper dem med at finde den information, de har brug for. For de unge er det hele 47 %, der er uenige i at søgefunktionen hjælper dem. I de åbne besvarelser får søgefunktionen mange kommentarer med på vejen. Fx er der utilfredshed med de (mange) resultater som søgefunktionen giver: *"Jeg har prøvet at slå ordet "tandlæge" op - og får 70 forslag - hvilket skal jeg vælge"*, spørger en paneldeltager retorisk, mens andre giver gode råd: *"Ryd op i søgeresultaterne på brk.dk, det er ofte bedre at google"*.

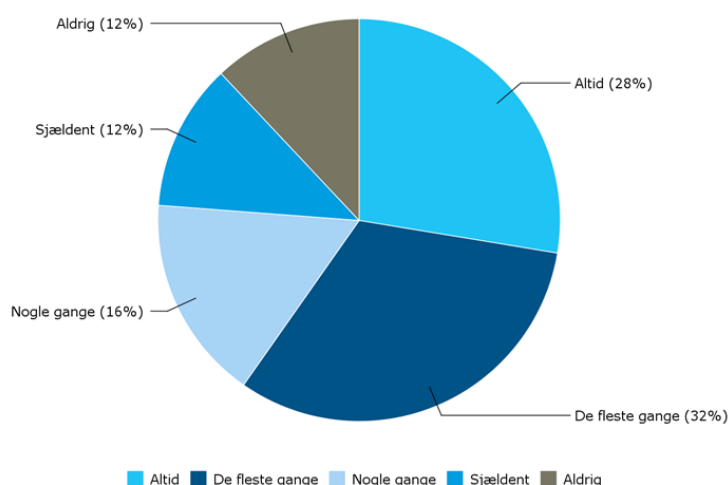
35 % af paneldeltagerne erklærer sig uenige eller helt uenige i, at hjemmesidens menustruktur hjælper dem med at finde den information, de har brug for. For de unge er tallet knapt så højt (40 %) som tilfældet var i forhold til søgefunktionen, men må stadig vurderes som højt i forhold til, at

menustrukturen, på samme måde som søgefunktionen, er grundlæggende for, at hjemmesiden fungerer som kommunikationskanal.

Generelt set synes kun ca. halvdelen af paneldeltagerne, at hjemmesiden lever op til deres forventninger. En tredjedel erklærer sig helt eller delvist uenige i, at hjemmesiden lever op til deres forventninger; et tal der vokser til 43 %, når man kigger på de unges besvarelser. Mange af paneldeltagerne udtrykker ønske om en bedre hjemmeside i de åbne besvarelser; både generelt og i forhold til selvbetjening. En af deltagerne udtrykker sit ønske således; *”En hjemmeside, der er mere brugervenlig end den er i dag. Ofte er det nemmere at møde personligt op.”*

Selvbetjening

Digitaliseringsindsatsen i kommunerne generelt foregår naturligvis også i Bornholms Regionskommune. Selvbetjening som kommunikationsform er en lidt speciel størrelse, da det typisk er borgeren, der er afsender af informationen. På den anden side er det en central opgave i udformningen af selvbetjeningsløsningerne, at instruktioner og budskaber udformes så der ikke opstår tvivl, når borgerne skal udfyldes skemaer osv. Selvbetjening i denne forbindelse handler dog mere om den kommunikationsindsats, der er sket i forbindelse med udbredelsen af selvbetjeningsløsninger, og dermed om kendskabet til de forskellige løsninger.



Samlet set er det ca. 75 %, der i et vist omfang undersøger muligheden for at betjene sig selv på nettet, før de henvender sig til regionskommunen. Generelt kan det siges om kendskabet til selvbetjeningsløsningerne, at de er afhængige af livssituation. Det betyder, at kendskabet til selvbetjeningsløsninger vedrørende børn typisk er højest hos de unge og mellemløbet, mens kendskabet til pensionsguiden er højest blandt de ældre.

Der er dog én tendens, set på tværs af spørgsmålene om kendskab til selvbetjening, der er overraskende: De unge, der i denne forbindelse kan kaldes for digitale indfødte, udviser et mindre kendskab til selvbetjeningsløsningerne end de øvrige aldersgrupper. Med baggrund i det generelle digitale kendskab burde de unge i princippet kende selvbetjeningsmulighederne, men dette lader ikke til at være tilfældet. Et eksempel på dette er bestilling af sundhedskortet (tidligere kaldet sygesikringskortet). Her kender 30 % af alle paneldeltagere ikke muligheden, mens det er 38 % af de unge, der ikke kender muligheden. Det samme gør sig gældende for ansøgning om pas, hvor det er 32 % der ikke kender muligheden generelt set, men tallet for de unge er her 44 %. Mønstret gentager sig også i forhold til fx lægeskift.

Den store indsats for at hjælpe de ældre i gang med selvbetjening gennem kurser i samarbejde med foreninger og oplysningsforbund og andre initiativer, ser ud til at have haft en effekt, idet mange ældre ønsker mere information om selvbetjening. Det ser også ud til at være de ældre, der har størst kendskab til de forskellige løsninger. Tendensen er konstateret i nationale undersøgelser både i forhold til selvbetjening, men også i forhold til fx forståelse af indholdet på kommunale hjemmesider. Spørgsmålet er derfor, hvordan de unge støttes og vejledes i forbindelse med kontakten til regionskommunen. Borgerpanelets svar tyder på, at en del af de unge i regionskommunen udgør en gruppe, der har et sådant behov.

Borgerbetjening

En stor del af kontakten til regionskommunen går via borgerservice og BYG Kundecenter, hvor borgere dagligt henvender sig for at ansøge om pas, bestille sundhedskort, få behandlet byggesager osv.

En del af besvarelserne af disse spørgsmål har været afhængige af, at man har haft kontakt med borgerservice henholdsvis BYG Kundecenter inden for de seneste 12 måneder. Det har ikke været muligt at anslå på forhånd, hvor mange der har været tale om, og konsekvensen har været, at nogle spørgsmål i undersøgelsen besvares af for få deltagere til at besvarelserne analyseres i denne rapport.

Borgerservice

Samlet set er pannedeltagernes tilbagemeldinger på deres kontakt til borgerservice meget positiv. 89 % var tilfreds med kommunikationen med borgerservice, mens 91 % var tilfreds med medarbejderens hjælp og vejledning.

Der var en generel tilfredshed både i forhold til de personlige henvendelser (92 %), telefonventetid og ventetid på skriftlige henvendelser via mail eller brev. Pannedeltagernes svar viser at ingen har ventet længere end to uger på svar, mens 73 % havde fået svar inden for en uge.

Med hensyn til de personlige henvendelser er det nævnt i de åbne besvarelser, at enkelte lokale borgerservicer kunne have problemer med afskærmning i forbindelse med personlige samtaler, og at dette blev oplevet som ubehageligt.

BYG Kundecenter

Der var forholdsvis få besvarelser i forbindelse med henvendelser til BYG Kundecenter, men de samlede besvarelser (ikke fordelt på henvendelsesform) giver et fingerpeg om, at langt de fleste er tilfredse eller meget tilfredse med råd og vejledning fra BYG Kundecenters medarbejdere (89 %). Den høje tilfredshed med medarbejdernes råd og vejledning går ikke helt igen i

oplevelsen af kommunikationen. 72 % angiver at de er tilfredse eller meget tilfredse med kommunikationen.

Den lidt lavere tilfredshed med kommunikationen kan skyldes, at nogle af deltagerne angiver, at de ved skriftlig henvendelse (brev/email) til BYG Kundecenter først hører noget mere end 8 uger efter henvendelsen. Det var tilfældet for 30 % af de skriftlige henvendelser. Datagrundlaget er i denne forbindelse forholdsvis lille (17 besvarelser), men vurderes som stort nok til at give et fingerpeg om borgernes oplevelse. Paneldeltagerne blev i undersøgelsen gjort opmærksomme på, at en kvittering på modtagelse af henvendelsen også er at betragte som en tilbagemelding, hvilket med resultatet ovenfor kan pege på et behov for at ændre praksis for tilbagemelding på denne type henvendelser.

Gode råd om kommunikation fra borgerne

Dette afsnit forsøger at samle op på de mange gode råd deltagerne i borgerpanelet har bidraget med i forhold til at gøre kommunikationen mellem borgere og regionskommunen bedre.

En del af besvarelsenerne er relateret til den aktuelle debat om den decentrale borgerservice, hvor de fleste af de, der nævner det specifikt, ønsker at bevare den decentrale borgerservice.

Af andre ideer kan nævnes:

Generelt vedrørende henvendelser:

- Kvitter for modtagelse af breve og emails
- Giv gerne en vurdering af, hvor lang sagsbehandlingstiden er
- Gør telefonnumre tilgængelige på hjemmesiden, så man kan finde frem til den rigtige medarbejder

Generelt vedrørende kommunikationskanaler:

- Bevar muligheden for at kunne ringe
- Pas på de ældre, der ikke har mulighed for at bruge selvbetjening
- Kommunikér at der bliver taget hånd om alle, selvom vi overgår til selvbetjening
- Samarbejd med Ældresagen og andre foreninger om at gøre formidlingen bedre
- Brug facebook eller sms

Hjemmesiden:

- Optimer søgeresultater
- Gør hjemmesiden mere brugervenlig og med en bedre menustruktur
- Gør funktionerne tilgængelige på alle platforme – ikke kun på Internet Explorer
- Gør mere plads til lokalt stof
- Brug FAQ (Ofte stillede spørgsmål)
- Skriv kort og forståeligt

Nyheder:

- Mulighed for at tilmelde sig nyhedsbreve fra Bornholms Regionskommune
- Gør nyhederne tydeligere på hjemmesiden – eller få et ”hjørne” på et af de andre mediers hjemmesider
- Lav en OBS-lignende udsendelse på TV2-Bornholm med nyheder fra Bornholms Regionskommune
- Lav en app til nyhedsformidling fra Bornholms Regionskommune

Andre:

- Dialogmøder om kommunikation med inspiration fra bl.a. DAT's brugerråd
- Brug valgbussen til at servicere de ældre og svage i forhold til NemID og digitale postkasser