



.AX

SAMMANFATTNING

Projekt.ax har pågått från hösten 2011 till och med 2013 med målsättning att minska problem som på något sätt anknyter till Åland och .ax-domänen på Internet.

Projektet ska medverka till att Åland åter inkluderas i olika geotargeting-system, att minska problem med att e-postserverar förkastar e-post från och/eller till adresser med .ax, att åländska företags webbdomäner migrerar bort från aland.fi till .ax. Därtill skall projektet ta fram information om .ax-domänen på engelska och bistå producenter av karttjänster med allmän och korrekt information om Åland som är så fullständig som möjligt samt medverka till att åländska företag registrerar sig på Google Maps.

Projektets officiella syfte är att stärka det åländska varumärket på Internet samt åtgärda de problem som på ett eller annat sätt relaterar till Åland på Internet.

Målsättningarna för projektet har uppnåtts bl.a. genom ökad synlighet bland åländska företag på Internet: fler företag har genom projektet skapat nya kartpunkter på Google Maps och egna företagssidor på Facebook. Projektet har även medverkat till att samlad information om .ax-domänen finns på www.whois.ax både på svenska och engelska och att en whois-databas finns upprättad för tjänsteleverantörer utifrån kan använda för att verifiera .ax-domänerna.

Fortfarande finns sk. geotargeting-problem knutna till Åland som projektet inte kunnat lösa, men där den sk. "AX Task Force" tar vid genom resurser från Ålands landskapsregering. En skrivelse har även lämnats till landskapsregeringen där projektet föreslår en kommersialisering av .ax-domänen för att göra den tillgänglig för utomstående att registrera domänen och därmed öka kännedomen om .ax och om Åland. Projektet rekommenderar fortsättningsvis ett långsiktigt förhållningssätt gällande de Internetproblem som relateras till Åland och .ax-domänen.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1.	INLEDNING.....	1
1.1	PROBLEMATIKEN KRING AX-DOMÄNEN.....	1
1.2	ÅLANDS OCH ÅLÄNSKA FÖRETAGS SYNLIGHET PÅ WEBBEN.....	2
1.3	SYFTE.....	3
1.4	MÅLGRUPP.....	3
1.5	PROJEKTETS FINANSIÄRER.....	3
1.6	MÅLSÄTTNING.....	3
1.7	AVGRÄNSNINGAR.....	4
2.	GENOMFÖRANDE.....	5
2.1	ETAPP 1.....	5
2.2	ETAPP 2.....	6
2.3	ETAPP 3.....	7
2.4	ETAPP 4.....	9
2.5	ETAPP 5.....	10
2.6	ETAPP 6.....	11
2.7	ETAPP 7.....	13
2.8	ETAPP 8.....	14
2.9	ETAPP 9.....	15
3.	RESULTAT & SLUTSATSER.....	17
3.1	ÅLAND ÅTER I SYSTEM FÖR GEOTARGETING.....	17
3.2	INFORMATIONSMATERIAL OM .AX PÅ ENGELSKA.....	17
3.3	MINSKADE PROBLEM MED EJ GODKÄND E-POST FRÅN .AX-ADRESSER.....	17
3.4	WEBBSAJTER & E-POST MIGRERAR FRÅN .ALAND.FI TILL .AX.....	17
3.5	RÄTT INFORMATION OM ÅLAND TILL KARTTJÄNSTPRODUCENTER.....	18
3.6	ÅLÄNSKA FÖRETAG REGISTRERAR SIG PÅ GOOGLE MAPS.....	18
4.	VIDARE REKOMMENDATIONER.....	19
	BILAGA 1.....	20
	TABELL 1 OCH 2: SCHEMATISK SAMMANSTÄLLNING AV WORKSHOPS:.....	20
	ÖVERSIKT AV MATERIAL DÄR FINANSIÄRERNA OFFENTLIGGJORTS.....	20

PROJEKTRAPPORT - PROJEKT.AX

1. INLEDNING

Under 2009 och 2010 uppmärksammade flera åländska företag och organisationer Ålands Näringsliv (tidigare Ålands Handelskammare) på behovet av att ”någon borde göra något” åt de problem som på ett eller annat sätt verkade relatera till Åland på Internet. 2006 infördes den helt egna åländska toppdomänen .AX som därigenom kunde ge Åland stora möjligheter att profilera sig, stärka sitt varumärke och nå nya marknader. Ålands Näringsliv konstaterade att Åland inte tillfullo tagit tillvara denna möjlighet då implementeringen av domänen inte skett fullt ut och flertalet domänägare av den tidigare finska underdomänen .aland.fi valt att inte förnya sin domän till .ax. Som näringslivets takorganisation på Åland ansåg Ålands Näringsliv sig lämpad att driva ett projekt – här kallat Åland Maps/Projekt AX – som tar sig an dessa frågor.

1.1 PROBLEMATIKEN KRING AX-DOMÄNEN

Införandet av ax toppdomän och omregistreringen av alla åländska IP-adresser från ISO 3166-1 alpha 2 koden fi till ax har medfört en rad problem för åländska företag och privatpersoner. Det har framkommit att det är fel i ISO-standarden och att Åland där betecknas som finskspråkigt med svenska som andra språk. Landskapsregeringen arbetar nu för att få en förändring, men i november 2011 hade en lösning inte ännu uppkommit.

För privatpersoner har det ibland visat sig svårt att använda tjänster så som MySpace och Spotify och för åländska företag är det svårt att nyttja dessa leverantörers annonseringstjänster. Orsaken är att dessa webbplatser använder sig av s.k. geotargeting-teknik för att bestämma var en användare finns för att på så sätt leverera rätt innehåll till användaren. Som situationen är nu verkar Åland ha ”fallit bort” ur de system som används för geotargeting och problemet förefaller inte lösa sig själv.

För företag som marknadsför sina produkter och tjänster till potentiella kunder på Åland har problemet med geotargeting medfört att det inte längre är möjligt att rikta sin marknadsföring till ålänningar m.h.a. exempelvis Google AdWords.

Avsikten med detta delprojekt är att komma i kontakt med leverantörer av geotargeting system och tillsammans med dem säkerställa att åländska IP-adresser är geografiskt knutna till Åland.

Det råder även rent allmänt också brist på informationsmaterial på engelska om ax domänen för att olika internetleverantörer ska kunna verifiera åländska webbplatserns härkomst och därmed tillhandahålla geografiskt baserade tjänster.

1.1.1 MINSKADE PROBLEM MED EJ GODKÄND E-POST FRÅN .AX-ADRESSER

Vissa e-postservrar och -klienter har påträffats inte godkänna e-post skickade via .ax-adresser.

1.1.2 ÅLÄNSKA FÖRETAGS MIGRERING BORT FRÅN ALAND.FI TILL .AX

Flera åländska företag har fortfarande i bruk aland.fi domänen trots att landskapsregeringen har fattat beslut om att stänga ned aland.fi. Projektet skulle således även inkludera företagen en möjlighet till migreringen bort från aland.fi och över till .ax för webbsajter och e-post.

1.2 ÅLANDS OCH ÅLÄNSKA FÖRETAGS SYNlighet PÅ WEBBEN

Kartor är traditionellt bland de mest detaljerade formerna av underlag för olika typer av beslutsfattande. Internetbaserade karttjänster idag är globala vilket innebär att vem som helst var som helst i världen kan söka upp Åland och besöka oss på kartorna på Internet. Därav behöver Åland vara attraktivt som besöksmål även där. Ju mer detaljerade kartor är, desto mer pålitliga som informationskälla är de så ju fler detaljer varje kartpunkt ger besökaren (gatuadress, telefonnummer, webbadress, öppettider, bild), desto pålitligare upplevs punkten och därmed även besöksmålet.

Användandet av kartinformation och geografiskt relevant information på Internet ökar allt mer. Sökmotorerna har tagit över rollen som tidigare katalogföretag och Gula sidorna-tjänster erbjudit och Google är numera den internationellt mest utbredda tjänst som används för att hitta lokal relevant information. I takt med att mobiltelefoner erbjuder olika typer av karttjänster, ökar också användningen. Men den geografiskt relevanta informationen som finns om Åland och åländska företag är överlag bristfällig. Karttjänster på webben kan hjälpa åländska företag att synas utanför sina kommungränser.

Detta delprojekt avser förbättra synligheten för både Åland som helhet och enskilda åländska företag på följande tre områden:

1.2.1 DATA SOM PRODUCENTERNA AV KARTTJÄNSTER ANVÄNDER SIG AV.

Producenterna av karttjänster så som Google Maps, Bing Maps, Yahoo! Maps, Eniro och MapQuest använder sig av olika leverantörer av underliggande data. T.ex väg- och adressdata från NAVTEQ och satellitfotografier från TerraMetrics.

Förutom dessa leverantörer integrerar karttjänsterna en allt vidare mängd information från en rad olika källor. Informationen som finns i Google Maps/Earth inkluderar nu bl.a. golfbanor, tidtabeller för kollektivtrafik, restauranger, hotell och artiklar från Wikipedia etc. Och på vilket sätt kan vi trygga detta på sikt? Hur får vi åländska leverantörer till dessa operatörer, så att de får rätt material?

1.2.2 ÅLÄNSKA FÖRETAGS REGISTRERINGAR PÅ GOOGLES KARTOR

Den mest använda sökmotorn på Åland och i Finland och Sverige är Google med över 90 % av marknaden. Detta har även medfört att Google Maps är en mycket använd tjänst och i.o.m. att Google introducerat s.k. universalsök som innebär att relevant data från Google Maps visas i de vanliga sökresultaten. Genom att registrera sig på Google kan ett företag säkerställa att informationen är så fullständig och korrekt som möjligt i Google Maps och i Googles sökresultat.

Trots att denna möjlighet funnits redan ett tag är det inte många företag på Åland som känner till och använder sig av möjligheten.

1.3 SYFTE

Syftet med Projekt.Ax är att stärka det åländska varumärket och enhetliga bilden av Åland på Internet och åtgärda de problem som på ett eller annat sätt relaterar till Åland på Internet.

1.4 MÅLGRUPP

Interna och externa aktörer som påverkar bilden av Åland på Internet samt kan åtgärda de problem som är relaterade till Åland på Internet.

1.5 PROJEKTETS FINANSIÄRER

Följande företag bidrar såväl finansiellt som med tid i projektet i form av representanter i projektets styrgrupp:

- Ålandsbanken
- Ålands Ömsesidiga Försäkringsbolag
- Ålands Telekommunikation (Ålcom)
- Crosskey
- Strax Kommunikation
- Carus PBS
- Posten Åland

1.5.1 ÖVRIGA FINANSIÄRER

- Europeiska regionala utvecklingsfonden (ERUF)
- Ålands landskapsregering

1.6 MÅLSÄTTNING

Projektet ska medverka till att:

- Åland åter inkluderas i system för geotargeting.
- Informationsmaterial tas fram på engelska om .ax-domänen.
- Problemen med e-postservrar som vägrar sända e-post från .ax-adresser minskar.
- Åländska företag migrerar bort från .aland.fi-domänen och över till .ax för webbsajter och e-postadresser.
- Data som producenter av karttjänster använder sig av skall få en allmän information som är så fullständig och så korrekt som möjlig.
- Åländska företag registrerar sig på Google Maps.

1.7 AVGRÄNSNINGAR

Projektet kommer inte att gå närmare in på Internetrelaterade användarproblem som geografiskt baseras på upphovsrättsliga avtal.

Gällande Internetbaserade karttjänster har projektet valt att avgränsa sig gällande fördjupning och instruktioner till de två största Internettjänsternas kartleverantörer (baserat på antal dagliga användare) Google (*Google Maps*) och Facebook (*Bing Maps*).

Att åländska företag och privatpersoner drabbas av finskspråkig webbannonsering konstaterade styrgruppen att ligger utanför projektets ramar då det är frågan om att finska företag väljer att inkludera Åland i sitt målområde så det är således svårt att påverka.

2. GENOMFÖRANDE

Projektets genomförande har delats upp i etapper omfattande tre (3) månaders perioder där styrgruppen sammankallats under varje etapp för lägesrapport och för att hålla styrfarten mot rätt målsättningar. Här presenterat etappernas aktiviteter löpande enligt *Genomförande* samt *Kommentarer* till dem.

2.1 ETAPP 1

Etapp 1 inleddes med projektets uppstart och upprättande av handlingsplan under november – december 2011.

2.1.1 GENOMFÖRANDE

- Nulägesorientering, ”begreppsutredning” om vilka problem som skall inkluderas i projektet. Utformande av en handlingsplan för projektet för godkännande av styrgruppen.
- Inledande möten med Styrgruppen. Styrgruppen formulerar 3 problemområden:
 - Åländska IP-adresser uppfattas som finska i geotargeting-tjänster → åländska mottagare får finska budskap
 - Utländska E-postserverar uppfattar inte e-postadresser med AX-domän som giltiga → åländska mail hamnar i skräppost
 - Utländska leverantörer kan inte se vem som äger en AX-domän → åländska webbplatser har svårt att få ex. licenser utan att bestyrka det med vidimerade dokument
- Möte med Ålands landskapsregering (ÅLR): Björn Häggblom, Ronny Lundström och Anna-Lena Sjöberg om rollfördelning och fortlöpande informationsutbyte i frågor som tangerar projektet. I alla frågor där Ålands landskapsregering kan bistå med material eller information lovar ÅLR att avsätta resurser för att bidra till projektets fortskridande.

2.1.2 KOMMENTARER

En av projektets stora initiala utmaningar har varit att särskilja begrepp och tillskansa sig aktuell information för en nulägesorientering att påbörja arbetet ifrån, samt knyta upp rätt nyckelpersoner för fackexpertis. Under Etapp 1 påbörjades även tester av hur användare (företag) idag kan använda Googles och Facebooks karttjänster för att kunna ta fram lämpliga instruktioner och rekommendationer.

Förslaget om att projektet borde ta fram en whois-databas samt server som är tillgänglig för utomstående tjänsteleverantörer för att kunna verifiera ägartillhörigheten till åländska .ax-domäner antogs. En whois-server ska sedan registreras på iana.org – Internet Assigned Numbers Authority (<http://www.iana.org/domains/root/db/ax.html>) för att bli officiell accepterad.

2.2 ETAPP 2

Januari – Mars 2012

2.2.1 GENOMFÖRANDE

- Whois-databasen skapad. Säkerställande tester av databasfunktionaliteten utfört av Ålcom och Consilia. Sökningarna görs mot Ålcoms server även fortsättningsvis. Första utkastet till webbgränssnittet för den publika sökfunktionen klar.
- Diskussion med Ålcom: Fortfarande finns personsignum med i materialet. Conny Rosenberg (Ålcom) och Ronny Lundström (ÅLR) beslutar om vad som skall returneras i svaret.
- Informationstext om .ax-domänen klart på svenska, klart att översätta till engelska (samt övriga språk, vid behov). Jämfört upplägg för referenssajter på engelska för de egna regionala domänerna .cat (Katalonien) och .fo (Färöarna). Kvar att åtgärda: skicka in den informationen om whois-server till iana.org
- Presentationsmaterial för projektet skapat (logotyp, grafik, text, Power Point, utskrifter) samt textmaterial till Ålands Näringslivs nyhetsbrev och informationsartikel till tidskriften Magasinet (medlemmar i Visit Åland & Ålands Näringsliv).
- Diskussion med ÅLR, Ålcom och Consilia angående behovet av information till företag och privatpersoner för att byta ut aland.fi domäner till .ax (argument och incitament). Inget beslut klart.
- Inget är klart ang. att ändra gällande .aland.fi till .ax i e-postinställningarna än. Ingen lätt sak att lösa då det i slutändan involverar fysiska inställningar i varje användares dators e-postinställningar svarar både Consilia och Ålcom som sköter drift av olika företags e-post.

2.2.2 KOMMENTARER

Under projektets egentliga första genomförandefas låg informationssökning samt offentlig presentation av projektet högt på agendan. Två publika tillfällen gavs för medlemmar i det åländska näringslivet att ta del av projektet närmare: Information vid Rotary Mariehamns medlemslunch samt Ålands Näringslivs medlemslunch i februari då även företag fick anmäla sitt intresse att vara ”pilot-företag” för att bistå med testhjälp av framförallt Googles karttjänster. 5 företag anmälde sitt intresse och projektet utvärderar hur man går vidare med vad de ska testa.

Projekt.ax gjorde även ett studiebesök hos svenska .SE –Stiftelsen för Internet Infrastruktur. Representanter hos .SE gav information om fördelarna med att administrera ett lands domän i stiftelseform. I Sverige har landsdomänhanteringen aldrig varit en ren myndighetsfråga som i exempelvis Finland där Kommunikationsverket sköter all administration:

”Stiftelseformen passar den här typen av verksamhet mycket bättre, tycker säkerhetschef **Ann-Marie Eklund-Löwinder**:

-Driften av .SE-zonen kostar såklart och vi är beroende av inkomster, därför säljer vi .se-domäner, men även rättigheten att sälja den vidare för så kallade registrarer. Som stiftelse försvinner inte pengarna in i något byråkratiskt maskineri och vi har heller inga aktieägare som ställer vinstkrav på oss utan vi har kravet att återinvestera allt tillbaka i verksamheten för att förbättra tillgängligheten av Internet för allmänheten.”

.SE:s rekommendation för det fortsatta arbetet med .ax var att noga fundera över verksamhetsformen för driften samt även undersöka möjligheterna till både inkomster och spridning av kännedomen om .ax som finns med en kommersialisering av domänen och därmed frikoppla den ifrån nuvarande krav på hembygdsrätt (privatpersoner) och näringsrätt (företag).

Under tiden för Etapp 2 har även diskussioner förts med Lantmäteriverket gällande finskspråkiga namn på åländska orter på olika kartunderlag som både förvirrar och försvårar för Åland att verka enspråkigt svenskt. Ålands Näringsliv har JO-anmält Lantmäteriverket som motsätter sig kravet att ändra de finska kartnamnen till enbart svenska, så som de används och benämns idag.

Projektet undersöker huruvida Lantmäteriverkets kartmaterial ligger till grund för kartdata hos exempelvis Google. Samtidigt uppdagas ett tydligt problem för ett antal åländska företag som vill synas på Google Maps: Tidigare registrerade företag kan ha adressland ”Åland” angivet och eftersom Åland inte finns i Googles landdatabas (länk till listan med land) för Maps-funktionen, finns heller ingen möjlighet för företagen att redigera dessa kartpunkter om det finns felaktigheter eller föråldrad information i dem. Åländska företag med adressland ”Finland” kan däremot redigera uppgifter, överta behörighet för kartpunktens information och administrera den fortsatt.

Styrgruppen beslutar att detta problem tas med inom projektets ramar för att försöka ta reda på hur vilken variant som är den rätta angivelsen av adressland och hur företag lämpligen ska göra nyregistreringar samt förhålla sig till de felaktiga punkter som finns idag.

2.3 ETAPP 3

April – juni 2012

2.3.1 GENOMFÖRANDE

- Domänwebbplatsen för .ax med webbgränssnitt för domänsökningen mot whois-databasen klar för godkännande. Korrektur hos Ronny Lundström på ÅLR.
- Info om 301-redirect framtagen för att ingå i infomaterial, gemensamt med ÅLR, till .aland.fi-domänägare som ännu inte tagit i bruk sin reserverade .ax-domän. Styrgruppen föreslår utskick i augusti och förslaget bollas vidare till Ronny Lundström för godkännande. Parallellt pågår även strategin med tidplanen för aland.fi-domänens fortsatta livslängd tillsammans med Ronny Lundström
- Vid sidan av Ålands Näringslivs JO-anmälan av Lantmäteriverket tycks Googles kartor över Åland ändrat språk: svenska är nu det enda synliga språket då användaren har angett tjänstens språk till svenska (alternativt då Google identifierat språkeställningen i besökarens webbläsare, varierar beroende på webbläsare).
- Projektet deltog i Googles (samt medarrangör Folias) seminarium i Helsingfors 24 april: ”How to grow your business with Google Maps”. Där meddelade Googles representant **Ulrika Gunnari** att Google numera äger all information som är synlig på kartorna över de nordiska länderna (Åland inkluderat). Det innebär att alla ändringar i underliggande inställningar kan beställas direkt av Google och inte någon tredje part. Gunnari hänvisar generellt till olika formulär för felrapportering på <http://maps.google.com>, samt rapportering till ”Google and Your Business”-forum. Bägge alternativ ger endast

automatiskt genererade svar utan instruktioner vidare. Gunnari rekommenderar även, mer specifikt för Ålands del, att gå vidare med danska företaget Folia som är specialiserade inom Google Maps har närmare insyn i den tekniska ärendehantering hos Google.

- Ålands Näringsliv har bistått med en egen informationssida inom den egna sajten http://www.naringsliv.ax/sv/projekt/Projekt_ax där Projekt.ax getts utrymme med uppdaterad information och uppgifter om projektets finansiärer, med logotyper finns synliga. Dit kan även klara instruktioner för kartuppdateringar publiceras så snart projektet fått närmare besked av Google/Folia vad som gäller. Folia kontaktade för konsultation gällande egna kartlager, klusterfunktioner samt redigerings- och felrapporteringsmöjligheter.

2.3.2 KOMMENTARER

Google Places har under våren 2012 bytt namn till Google+ Local (tidigare även Google Small Business Center). I praktiken tycks detta inte ha inverkat på hur företag skall gå tillväga för att registrera nya kartpunkter med företagsuppgifter men ändringar i befintliga kartpunkter för företag ger varierande resultat. Några av testföretagen som helt saknat kartpunkter har gjort nyregistreringar som gett godkända kartpunkter efter varierande tidsramar, troligen beroende på valet av verifieringsmetod. Google erbjuder verifiering via fast telefon, SMS eller postalt. För företag med befintliga kartpunkter där felaktiga uppgifter finns, ser justeringsmöjligheterna fortsatt väldigt varierande och inga entydiga svar från Google finns ännu.

Förhoppningen är att kontakten med Folia kan bistå med mer ”kött på benen” vad som är rätt väg att gå så att projektet kan bistå med mer allmänna instruktioner att gå ut med till åländska företag på bred front.

Styrgruppen beslutar att projektet bör göra företagsträffar så snart som möjligt, tidsmässigt lämpligt såväl före som efter sommaren 2012. Styrgruppen rekommenderar att projektet involverar **Jonas Holmström** (Axventure: företag inom SEO och Google AdWords marknadsföring) för lokal hjälp med råd inför träffarna, men understryker samtidigt att material och instruktioner behöver vara klart och testat för att kunna informera de åländska företagen vidare.

Jonas Holmström påtalar en viss osäkerhet till Google Maps och dess funktionalitet då inställningar och instruktioner verkar vara i ständig förändring och riktlinjer som getts ”igår inte verkar gälla imorgon”. Holmström rekommenderar att avvakta ”för att se lite vad som händer hos Google så att man faktiskt rekommenderar rätt saker. Det är lite för osäkert som det är nu.”

2.4 ETAPP 4

Juli – september 2012

2.4.1 GENOMFÖRANDE

- Komplettering av whois.ax-sajten med Frågor och svar, webbformulär för ansökning om .ax-domän, design- och funktionalitetsoptimeringar samt officiell information om Åland av **Björn Häggblom** (ÅLR) översatt till engelska.

Begränsningar av sökresultatets svar och komplettering med domänernas giltighetstid återstår tekniskt. ÅLR vill även koppla ihop inskickade ansökningar mot det interna ärenderapporteringsystemet innan publiceringen av webbplatsen kan göras. Även en ”Har du en aland.fi-domän?”-rubrik till webbplatsen är föreslagen, där exempelvis information presenteras om vad som gäller för att byta till en .ax-domän och vilket tidsperspektiv som kommer att tillämpas på migrering till enbart .ax-domäner.

- Webbmöten med Folias kundansvariga **Brian Jensen**. De föreslår ett samarbetsavtal där projektet skulle få tillgång till de olika servicenivåer som Folia erbjuder för att snabbare kunna få hjälp och svar på de åländska Google Maps-problemen: Varför är Åland både ett ”eget kartland” samt under Finland? Vilket alternativ ska nyregistrerande företag välja?

Enligt Jensen är Ålands problematik känd hos Google men väntar ännu på svar från deras tekniska support. Projektet knyter ettårigt samarbetsavtal till projektets slut för test av minimi-nivån av Google Maps for Business API som utlovas ge tillgång till Folias support för Googletjänster liksom snabbare redigeringar av kartpunkter, uppdateringar och rättelser av felaktiga positioner. Projektet testar och utvärderar innan rekommendationer till allmänheten ges.

- Möte med Ålandskontorets representant **Gunnar Westerholm** som även han undersökt varför felaktigheter på kartorna förekommer. TeleAtlas, tidigare leverantör av grunddata till Google har stängt alla sina skandinaviska kontor så dessa finns inte att kontakta längre och från officiellt håll som ÅLR-representant verkar öppningarna till dialog med Google inte enklare.
- Planering av presstillfälle i samband med lansering a webbtjänster www.whois.ax

2.4.2 KOMMENTARER

Projektet diskuterar vidare med **Ronny Lundström** (ÅLR) gällande förslaget om info till aland.fi-domänägare och återkommer med kartläggningen av antalet och vilka domäner det rör sig om, för projektets vidare planering av hur de ska hanteras. Eftersom domänägarnas namn finns registrerade torde det inte vara alltför svårt för projektet att leta fram ifrågavarande kontaktuppgifter för att nå ut med information om ex. nyregistrering av .ax-domäner, avslutande av ikraftvarande aland.fi-domäner samt 301-redirect (för att inte tappa besökarflödet).

Under sommaren har Justitieministeriet gett sitt utlåtande till JO gällande anmälan från Ålands Näringsliv: ”De finländska myndigheterna får bestämma vilka ortsnamn som används på kartor över Åland. När informationen ges till internationella organisationer bör dock svenskan användas i första hand”.

På projektets agenda står även närmast att försöka kartlägga vilka leverantörer till geotargeting-system det finns, hur de hämtar och klassificerar information för olika målgrupper för att projektet ska kunna ge riktlinjer hur Åland bör markeras för att systemen ska uppfatta Åland som en svenskspråkig region. Samt att beskriva hur geotargeting-processen ser ut, hur större aktörer verkar för att nå rätt målgrupper inom flerspråkiga länder/regioner. Detta arbete är ännu inte påbörjat men förhoppningen är att ta vid det genast efter sommaren.

Styrgruppen står även bakom förslaget att skicka en skrivelse till Ålands landskapsregering (ÅLR) angående möjlighet till kommersialisering av .ax-domänen.

2.5 ETAPP 5

Oktober – december 2012

2.5.1 GENOMFÖRANDE

- Publicering av www.whois.ax gjordes fredag 2 november och blev därmed publik för allmänheten. Sökresultaten har kompletterats med domänernas giltighetstider med hjälp av Ålcom. Presstillfälle om webbplatsen hölls den 7 november där Ålandstidningen samt Ålands Radio närvarade. Projektet styrts av Ronny Lundström (ÅLR) samt Näringsminister Fredrik Karlström närvarade och svarade på pressens frågor gällande webbplatsen och skrivelsen.
- Skrivelsen gällande förslag till kommersialisering av .ax är skickad till ÅLR där projektet rekommenderar ett bredare beviljande av toppdomänen .ax i första hand för juridiska och offentligrättsliga föreningar och inrättningar där näringsrätt inte är tvingande. I likhet med .SE föreslår projektet stiftelseformen som verksamhetsform för handhavandet av toppdomänen .ax för att möjliggöra en kommersialisering av .ax-domännamn och en satsning på Internetinfrastruktur på Åland. Detta för att skapa ett tydligare värde på ax-domänen genom en egen prissättning.
- Webbmöte med Folia för implementering av deras tjänster har resulterat i att ett av de Google Maps problemen lösts: Åland Islands-markerade kartpunkter skall raderas maskinellt av Google och rekommendationen är att åländska företag skall gå in och nyregistrera sina platser på Google+ Local under Finland istället. Projektet listar felaktiga kartpunkterna och skickar in via Folias support.

Träff med Folia i Stockholm där de presenterade nyheter inom sina MapData-produkter. MapDataAdmin kan korrigera felaktigt databasmaterialet och kunde därför vara en tjänst lämplig för projektet.
- Informationssökning och beskrivning av geotargeting samt sökning för att hitta leverantörer av geotargeting-tjänster. Processen är komplex och svår att definiera. Olika varianter av geotargeting anges för olika typer av verksamhetsområden. En fråga om Googles variabler för geotargeting gällande webbplatser är baserade på inställningar för språk eller geografiskt område är inskickad via Folia.
- Upprättat fortsatt handlingsplan för 2013. Projekttiden har beviljats förlängning till och med juni 2013.

2.5.2 KOMMENTARER

Under hösten har Google gjort support-instruktioner för redigeringar och nyregistreringar tillgängliga på svenska. Detta borde medföra en förenklad användning för gemene företagsanvändare. Fortfarande är instruktionerna snåriga att hitta hos Google men betydligt lättare att följa då de väl hittas!

Folia gav även förslaget att Google borde kunna söka ut alla kartpunkter med den felaktiga Åland Islands angivelsen så att projektet kan kontakta berörda företag med information om nyregistreringar men det visade sig vara helt felaktigt. Folia meddelas att Google aldrig uppger vilka eller ens antalet kartpunkter inom en given region, vilket betyder att projektet inte kan kontakta dessa företag samlat. Det av Folia framtagna och föreslagna verktyget MapDataAdmin kan inte ändra på uppgifter till de publika Google-kartorna och därmed är den tjänsten inte aktuell inom projektet. Svar gällande Googles variabler för geotargeting tycks dröja då Folia bytt servicerepresentant hos Google.

Kampanj för byte från och aland.fi-domäner till .ax är fortsättningsvis på planeringsstadiet tillsammans med Ronny Lundström så snart uppgifterna på antalet aland.fi-domäner som ännu är aktiva från Ålcom finns sammanställda. Projektets målsättning är att merparten av företag och privatpersoner har bytt ut i bruk varande aland.fi-domäner till .ax inom juni 2013 med vidare målsättning att ”släcka” all synlig användning av aland.fi inom december 2013.

Gällande e-postservrar inställda med aland.fi-domänen meddelar både Ålcom som Consilia (som båda administrerar större delen av åländska företags och privatpersoners e-postadresser med aland.fi) genom **Stefan Lindén**, teknisk driftansvarig på Consilia: ”att konfigurera bort aland.fi från e-postservrarna skulle bli ett för stort jobb att göra på kort sikt: - Målet är naturligtvis att avsluta det i sin helhet. Eftersom det berör så många privatpersoner skulle administrationen att kontakta dessa personer och följa upp arbetet att flytta dessa domäner bli så omfattande att det måste göras som en skild del och planeras därefter.”

2.6 ETAPP 6

Januari – mars 2013

2.6.1 GENOMFÖRANDE

- Tillsammans med Ronny Lundström har ett förslag till underlag för ÅLR gällande de 333 återstående aland.fi-domänerna utarbetats:
 - 45 st domäner enbart registrerade men aldrig i bruk tagna. Projektet föreslår att dessa förfaller.
 - 75 st domäner finns i användning och där ingen .ax-motsvarighet till domän ansökts. Motsvarande .ax-domäner finns reserverade för dessa att ta i bruk och gratis de 3 första åren (enligt beslutet då .ax-domänen lanserades 2006). Projektet föreslår att dessa domäners ägare kontaktas och ombeds att registrera motsvarande .ax-domän inom viss tid. Utan respons från domänägare förfaller aland.fi-domänen.

- 211 st domäner används parallellt med motsvarande .ax-domän. Projektet föreslår att dessa domäners ägare kontaktas för att informera om aland.fi-domänens förfalldatum.

Ronny Lundström återkommer efter formellt beslut av ÅLR med exakta datum då ovanstående ska ske.

- Planering för genomförande av workshops för företag. Produktion av presentationsunderlag samt självstudiematerial för deltagare. Styrgruppen beslutar att workshops på temat ”Hur syns ditt företag på webben? – synliggör din verksamhet gratis” hålls under våren.
- Träff med Jonas Holmström om gemensamma erfarenheter av uppdateringar och redigeringar av felaktiga kartpositioner hos Google Maps och Facebooks sidor (för företag). Gemensamt konstateras att det fortfarande finns flertalet motstridiga förfaranden i Googles hantering av inskickade uppdateringar. Den tjänst som bidrar med mer enhetligt och tydligt instruktionsmaterial är Facebook och förslag om att inkludera Facebook i workshops lyfts. Styrgruppen föreslår att Jonas Holmström kunde anlitas av projektet att hålla i en del i varje workshop men Holmström har inte möjlighet att delta på grund av tidsbrist.
- Deltagande på Ålandsmässan den 16-17 mars, där företag informerades enskilt om deltagande i projektet och erbjöds gratis vidare konsultation. Flera företag anmälde sitt intresse till främst e-postkonsultation (valbart) och mer ingående instruktioner till Google och Facebook har getts dessa, baserat på varje företags unika kartposition och uppgifter.
- Projektet har till uppgift att försöka kartlägga vilka företag som levererar geotargeting-tjänster, hur dessa hämtar in information så att rätt information kan delges dessa om Åland som svenskspråkig region. Diskussioner förs med Ålcom som är i kontakt med olika leverantörer och därmed är den instans som tros inneha bäst kunskap på området för rekommendationer från ÅLR.

2.6.2 KOMMENTARER

Resultatet av konsultationerna från Ålandsmässan inkluderas i slutrapporteringens redovisning av antalet företag som rättat och redigerat uppgifter, liksom en sammanställning av antalet nyregistrerade företag.

Även om projektet fortfarande inte har klara svar på alla frågor som ställts gällande Google Maps och övriga karttjänster behöver nu de åländska företagen få ta aktiv del i projektet. Under större delen av projektiden har fokus legat på Google och dess karttjänst, naturligt då denna är den största med flest dagliga användare och bäst global täckning. Eftersom den största webbtjänsten som använd idag bland privatpersoner är Facebook (< 1 miljard globala användare och ca 12 000 åländska användare) och där Bings kartunderlag används väljer projektet att även inkludera denna i workshop-materialet. Genom att ha en sidprofil med rätt angivna uppgifter på Facebook samt en kartposition på Google hjälper de åländska företagen både ålänningar och besökare att hitta rätt.

Workshoprubriken justeras således till *”Hur syns ditt företag på webben? – synliggör din verksamhet gratis med hjälp av Google och Facebook”*.

Under januari har ett förslag från finska Kommunikationsverket delgivit ÅLR för ett informellt utlåtande gällande kommersialisering av .fi- (och därmed även .ax-) domäner.

Påtryckningar på ÅLR att stänga alternativt styra om sitt eget domänansökningsformulär för en mer enhetlig hantering till www.whois.ax. På så sätt kan ÅLR säkerställa att sökanden får mer överskådlig och enhetlig information då stora delar av den samlade informationen saknas via ÅLR:s formulär. Detta ger även en bättre översikt av statistik som fås via webbtjänsten whois.ax som blir särskilt användbar vid en eventuell framtida kommersialisering av .ax-domänen.

2.7 ETAPP 7

April – juni 2013

2.7.1 GENOMFÖRANDE

- Workshops **Hur syns ditt företag på webben? – synliggör din verksamhet gratis med hjälp av Google och Facebook** hölls under vecka 16 och 17 där sammanlagt 94 personer och 65 företag deltog. (Se Bilaga 1 för schematisk sammanställning av workshops).

Varje workshop har efterföljts av en god portion frågor via e-post som tagit tid att gå igenom och besvara samt leta reda på svar och ge mer instruktioner till.

- Mot bakgrund av att Kommunikationsverket börjar se över domänlagstiftningen i riket har projektet genom Ålands Näringsliv skickat in ett initiativ till ÅLR:

”Projekt Ax vill uppmana Ålands landskapsregering att nu ta tillfället i akt och förespråka en lagändring som öppnar upp för kommersialisering av domänen. Vidare bör landskapsregeringen samtidigt grunda en stiftelse för drift av domänen och stiftelsen bör parallellt få i uppgift att sprida information om domänen samt förankra .ax domänen i ”the internet community”. Detta skulle medföra att Åland ges större möjlighet att i framtiden undvika de problem som hittills uppstått gällande domänen .ax. Stiftelsen skulle finansieras genom intäkter från en kommersialisering av ax-domänen.”

- Projekttiden har beviljats förlängning till och med december 2013.

2.7.2 KOMMENTARER

Gällande workshops har de flesta deltagande företagen haft Facebook-sidor redan så kännedomen om dess tjänster har varit bredare än Googles, och därför har behovet av Google Map-instruktionerna varit större och lett till fler frågor. Intresset har också varit som störst för Google. Eftersom upplägget varit uppskattat och välbehövligt men tillräckligt antal deltagare inte uppnåtts under vårens 5 workshop-tillfällen beslutar projektet att genomföra ytterligare en serie workshops under hösten.

Efter att flertalet av ÅLR myndigheter inte kunnat hittas (projektets sökningar) eller påträffats med felaktiga adresser på Google har Styrgruppen beslutat att projektet bör hålla ett separat tillfälle med instruktioner från workshop-materialet för ÅLR. Detta gavs 8 april för Björn Häggblom, Dan E Eriksson och Ronny Lundström. Intresset för åtgärder visade sig vara svagt och framförallt svårt att delegera ut rätt till varje enskild myndighet (vilket i synnerhet är best practice

för Google Maps-redigeringar). Styrgruppen beslutade att projektet kan åta sig att utföra redigeringar och bulkregistrering för ÅLR:s räkning, vilket sker under sommaren 2013.

ÅLR har meddelat att det egna domänansökningsformuläret stängt och hänvisar nu enbart till www.whois.ax. Däremot finns fortfarande inget formellt beslut från ÅLR gällande när aland.fi-domänen bör förfalla och därmed sluta användas publikt.

2.8 ETAPP 8

Juli – september 2013

2.8.1 GENOMFÖRANDE

- Bulkregistrering av ÅLR:s publika platser och myndigheter: 25 publika platser valdes ut från ÅLR:s fastighetsregister i samråd med Ulf Asplund, och Björn Häggblom och registrerades på eget Google-konto som sedermera webbmaster Ida Ericson fått förfogande över. Verifieringarna av platserna är noterade tillsammans med Ida Ericson som fått instruktioner av projektet hur hon bör besvara verifieringsmailet från Google och därmed ytterligare bekräfta att ÅLR är den myndighet som är ägare till de olika platserna och institutionerna som lades till kontot.
- Diskussion med Ålcom, **Daniel Dahlén** kring geotargeting-problematiken för Åland. För närvarande jobbar Ålcom med alla rapporterade problem som på något sätt tycks härröra till Ålands svenskspråkiga status eller .ax-domänen och nyttjande av olika webbaserade tjänster. Dock har en klar majoritet upphovsrättsliga grunder till problemen. Ålcoms stora dilemma är att aktören är för liten och representerar för få kunder (såväl företag som privatpersoner) för att kunna utföra några större påtryckningar på egen hand. Men detta är alltså svårt för Åland att på egen hand råda bot på.
- Planering för genomförande av workshops för företag. Produktion av förnyat presentations- och självstudiematerial för deltagare.

2.8.2 KOMMENTARER

Daniel Dahlén bekräftar att alla de bekymmer som Åland har, mot framförallt Google som den största aktören delas av andra små region ex. Lichtenstein, Färöarna och Grönland- Inom samarbetsorganet TOS gör man gemensamma ansträngningar för att förbättra möjligheterna men Ålcom får även assistans av Ericsson som driver frågan vidare som en ”technical issue” hos Google.

Under hösten har Google lanserat ”Nya Google Maps” och därmed nya dialoger och instruktioner för hur nyregistreringar och redigeringar görs. Detta skall nu göras via den nylanserade tjänsten Google Places for Business. Det betyder att det befintliga materialet från vårens workshops är utdaterat och behövdes förnyas för alla instruktioner gällande Google Maps. Materialet för Facebook är testat och fortsättningsvis aktuellt. Noteras bör ju nog att dessa tjänster är i ständig förändring och allt material är ögonblicksbilder av vad som gäller just nu. Redan nästa månad kan det skett förändringar som gör att instruktionerna inte är helt tillämpbara längre.

Skrivelsen som delgavs ÅLR (etapp 5) gällande kommersialisering av .ax-domänen och rekommendationen till fortsatt drift av domänen med stiftelse som verksamhetsform har resulterat i två nya projektanställningar hos ÅLR: Hans Holmström och Jan-Erik Eriksson är anställda under den kommande 6 månaders perioden för att öppna upp förutsättningar för åländska företag och privatpersoner som upplever internetproblem knutna till .ax-domänen eller Åland som region. <http://www.regeringen.ax/index.pbs?press%5Bid%5D=1546&press%5Bn%5D=0&press%5Binstance%5D=197> Projektanställningarna går under den publika benämningen ”AX Task Force”.

2.9 ETAPP 9

Oktober – december 2013. Projektets sista genomförandefas samt sammanfattning och slutrapportering.

2.9.1 GENOMFÖRANDE

- Företagsworkshops hölls under vecka 40 och 41 enligt samma upplägg som under våren 2013 med vissa justeringar:
 - Material och instruktioner enligt förnyade Google Maps
 - Två kvällstillfällen erbjöds (Käringsund 2.10 kl. 17:30 samt Alandica kl. 17:30) för att kunna nå de företagare som har andra jobb. Dock lockade inte kvällstillfället i Käringsund några deltagare och ställdes därför in.

Sammanlagt 55 personer och 64 företag deltog. (Se Bilaga 1 för schematisk sammanställning av workshops).

- I enlighet med projektets ramar behöver ett givet antal timmar från deltagande företag uppnås, vilket projektet strävat att nå genom flera försök och inbjudningar för att sammankalla grupper av företag/verksamheter till egna tillfällen:
 - Det nyöppnade köpcentret Maxinges företag hade såväl tydliga behov av mer synlighet (endast två företag finns i skrivande stund angivna på nya Google Maps) som intresse av en egen butiksgemensam workshop men butikernas representanter kunde inte enas om lämpligt datum inom projektiden.
 - Alla kommuner, liksom ÅLR har ett enormt behov av att synliggöra servicepunkter samt publika verksamheter och anläggningar och inbjudan har gått ut enskilt till varje kommun inför workshop-seriens start, liksom samlat via Ålands kommunförbund, men utan större gensvar (3 kommuner: Finström, Föglö och Sund har deltagit i ordinarie workshops).

Liksom efter vårens workshop-serie har en stor del frågor inkommit per e-post efter workshoptillfällen och några deltagare med förhinder har begärt enskilda genomgångar vilket projektet bistått med. Dessa kräver givetvis mer tid i anspråk men ger samtidigt en mer detaljerad och specifik genomgång för det deltagande företaget.

- Ytterligare slutliga försök att kontakta ÅLR och Ronny Lundström gällande beslut om ”förfallodatum” för ikraftvarande aland.fi-domäner har gjorts från projektets sida, men helt utan återkoppling eller gensvar.
- Sammanfattande slutrapportering.

2.9.2 KOMMENTARER

Styrgruppen noterar att totala antalet deltagande timmar i projektet inte verkar kunna uppnås varpå budgeten för projektet får justeras. Dock har antalet deltagande företag överskridit förväntningarna vilket är glädjande. Att de deltagande företagen inte kunnat lägga ner mer tid i projektet, vilket hade krävts för att uppnå det budgeterade timantalet, beror främst på att det inte funnits mer fördjupade instruktioner att ge företagen i hur de kan använda de olika webbtjänsterna.

.ax Task Force har under hösten varit i kontakt med Googles geotargeting-direktör. Puerto Rico har samma problem som Åland, vilket de löst genom att Puerto Rico anges som ett underland till USA. På samma sätt kunde Åland bli ett underland till Finland. Denna problematik visar sig mer och mer vara en upphovsrättslig fråga. Domänen .ax ställer till problem i och med att den har bedömts som en egen landskod utan de behörigheter som en egen nation har. En lösning kan alltså vara att få in att .ax verkar som underland till Finland.

Inom Ålands Näringsliv har det nu tillsatts ett IKT utskott för att fortsätta uppmärksamma frågor som rör dels åländska IT-företag men även övriga företags IT-frågor. Styrgruppen konstaterade vidare att det skulle behövas ett nytt ”Wheel-IT projekt”, som skulle samla branschen för att se framåt.

3.RESULTAT & SLUTSATSER

Enligt målsättningarna ska projektet medverka till följande:

3.1 ÅLAND ÅTER I SYSTEM FÖR GEOTARGETING

Geotargeting-processen har visat sig vara komplex och kräver en helt annan fokus och personella kontakter än vad projektet haft möjligheten åta sig såväl tidmässigt som resursmässigt, varför dessa frågor ännu inte är lösta. Dock kan sägas att projektets skrivelse till ÅLR gällande frikoppling av .ax-domänen direkt eller indirekt medverkat till bildandet av ”AX Task Force” vars direkta huvudfokus är geotargeting-problem gällande Åland och .ax-domänen. Denna fråga är alltså inte löst men under arbete i och med ”AX Task Force” och pågår fortsättningsvis även efter projektets avslutande.

3.2 INFORMATIONSMATERIAL OM .AX PÅ ENGELSKA

All nuvarande officiell och tillgänglig information finns översatt och publicerad på <http://www.whois.ax/index.php?l=en> och bör vara aktuell även framledes, åtminstone till dess att en eventuell kommersialisering av domänen blir aktuell. Webbplatsens struktur är flexibel och informationen går således bra att komplettera om regelverket justeras.

Ytterligare tillförlitlig och särskilt betydelsefull information för engelskspråkiga tjänsteleverantörer har tagits fram genom projektets medverkan till en egen whois-databas registrerad på Iana.org: <http://www.iana.org/domains/root/db>. Iana.org är en av flera webbplatser som tjänstgör som officiella pålitliga källor för verifikation av domäner. Det betyder exempelvis vid en registrering av ett krypteringscertifikat, t.ex. SSL, att utfärdaren av certifikatet behöver kontrollera att domänen verkligen ägs av den som ansöker om certifikatet. Det som då sker är att utfärdarens system kontrollerar via iana.org var den officiella whois-databasen ligger för den aktuella toppdomänen (.ax) och på basen av det fås ett uppslag på den domän som ansökan gäller och kan verifiera det mot uppgifterna som angivits i ansökan mot uppgifterna i whois-databasen.

En annan motsvarande webbtjänst som iana.org tillhandahåller, är who.is som används av vissa tjänsteleverantörer för samma ändamål. Dessa har fått informationen men verkar tyvärr inte ha noterat att .ax nu har en whois-tjänst. Projektet rekommenderar att ÅLR alternativt ”AX Task Force” fortsätter påtryckningar från officiellt håll.

3.3 MINSKADE PROBLEM MED EJ GODKÄND E-POST FRÅN .AX-ADRESSER

Under projekttiden har inte ett enda fall rapporterats gällande detta problem och har därför inte kunnat studeras närmare. Det kan tilläggas att även dessa problem (om de existerar) borde avhjälpas av att domänen kan verifieras med hjälp av whois-databasen på Iana.org.

3.4 WEBBSAJTER & E-POST MIGRERAR FRÅN .ALAND.FI TILL .AX

Arbetet med att fastställa en så kallad förfalldatum för aland.fi-domänens användande för webbplatsdomäner hann bara påbörjas av projektet tillsammans med Ronny Lundström innan det

krävdes ett formellt beslut och godkännande av ÅLR för att kunna gå vidare med information och instruktioner till kvarvarande domänägare till aland.fi-domäner.

Gällande aland.fi-domäner i e-postadresser antog projektet en mer återhållsam linje på begäran av Ålcom och Consilia då det skulle blir ett för stort jobb att genomföra på kort sikt då det omfattar alldeles för många privatpersoner snarare än företag. Men målsättningen att flytta berörda e-post-domäner kvarstår och kräver att det görs som ett separat projekt och planeras därefter.

3.5 RÄTT INFORMATION OM ÅLAND TILL KARTTJÄNSTPRODUCENTER

Projektet valde i ett tidigt skede att fokusera på Google som världens största leverantör av digitalt kartmaterial idag och den tjänst som flest webbtjänster baserar sitt material på för att åskådliggöra platser och positioner. Eftersom kontakten och informationen både till och från Google visade sig minst sagt snårig och svårigenomtränglig, antog projektet en mer implementerande ansats till informationen om Åland: att försöka avhjälpa symptomen; rätta till platser och hjälpa företag att redigera och rätta samt skapa nya platser och registreringar, snarare än själva orsaken till problemet; fel i företags kartpunkter som inte går att åtgärda samt i grundmaterialet (exempelvis att orter och platser anges på finska) som kan vara av mer politisk karaktär.

Av den orsaken har störst fokus legat på att synliggöra fler åländska företag och oftare för bättre genomslagskraft för samtliga åländska kartpunkter. Ju mer aktivitet och väsen företagen kan göra av sig, ett desto mer relevant område torde ju Åland bli även i Googles ögon. Och ju fler synliga företag, desto mer korrekta uppgifter sprids om Åland och platser här. Som svar på projektets syfte anser projektet att åländska företag är de som tillsammans bäst stärker det åländska varumärket på Internet.

3.6 ÅLÄNSKA FÖRETAG REGISTRERAR SIG PÅ GOOGLE MAPS

Projektet valde att även inkludera Facebook i projektet för att synliggöra åländska företag då detta är den överlägset mest använda Internettjänsten av privatpersoner idag. Facebook grundar sitt kartmaterial på Bings kartor, varför projektet ansåg det relevant att inkludera tjänsten för att få med ytterligare en stor kartleverantör med global spridning.

Totalt har 129 unika företag på Åland deltagit i projektet. Av dessa återfinns 56 företag med kartpositioner idag på Google Maps. Av dessa kan vi med säkerhet säga att 33 kartpositioner är en direkteffekt av projektet då dessa registreringar har gjorts med hjälp av workshops. I skrivande stund finns av de 129 deltagande företagen 83 företagssidor på Facebook. De allra flesta av dessa var skapade innan projektet men 8 facebook-sidor är skapade direkt efter instruktioner från eller under workshops. Därtill finns idag 23 registrerade myndigheter och platser ägda av ÅLR som är skapade och inväntar verifiering.

På basen av ovanstående sammanställning kan konstateras att projektet bidragit till att göra fler åländska företag synliga och med rätt information, samt spridit kunskapen om hur de kan redigera sin information och göra sig sökbara på de två globalt största webbtjänsterna idag. En tydlig risk som projektet uppmärksammat är den ständiga förändring som just Google och dess tjänster genomgår. Under projekttiden har dialogerna för redigering och registrering av kartplatser genomgått två omfattande förändringar.

Detta gör att material som projektet producerat som instruktioner och hjälpmedel för företagen snabbt kan bli utdaterade. Dock är ju förhoppningen att de deltagande företagen nu fått bekanta sig med Google och dess tjänster och därmed kan anpassa sig till kommande förändringar som med högsta sannolikhet kommer även i fortsättningen.

4. VIDARE REKOMMENDATIONER

Vi känner idag inte till de nya produkter som vår Internetdominerade omvärld har på lut och inte heller vilka fortsatta utmaningar Åland, som svenskspråkig region i Finland och .ax, som egen Top Level-domän vid sidan av .fi kommer att ställas inför i framtiden. Därför rekommenderar projektet fortsättningsvis ett långsiktigt förhållningssätt gällande de Internetproblem som relateras till Åland och .ax-domänen. Det vill säga ett fortsatt projekt eller andra tidsbundna lösningar kommer enbart att kunna göra punktinsatser av den nulägesbild som gäller ”just då”.

Projekt.ax vidhåller fortfarande att stiftelseformen är den verksamhetsform som skulle gynna Åland och .ax långsiktigt och även öppna för möjligheten att kunna finansiera verksamheten genom en kommersialisering av .ax-domänen.

Ett mycket gott initiativ är på god väg att ta vid där Projekt.ax slutar genom att Ålands landkapsregering beviljat ”AX Task Force” resurser för att ge sig i kast med de utmaningar som geotargeting-system tilldelar Åland och .ax. Liksom tillsättandet av ett IKT-utskott inom Ålands Näringsliv som kan uppmärksamma och lyfta IT-relaterade problem som uppstår för åländska företag.

Vidare efterlyser projekt.ax ett slutgiltigt formellt beslut gällande de kvarvarande 333 st aland.fi-domäner för att en gång för alla slå spiken i kistan och begrava dem till förmån för .ax-domänen för dess maximala genomslagskraft. Innan aland.fi-domänen är borta kommer den enbart att förvirra mer än förklara samröret mellan .fi och .ax.

BILAGA 1

TABELL 1 OCH 2: SCHEMATISK SAMMANSTÄLLNING AV WORKSHOPS:

Våren 2013	Antal deltagare	Antal Google-registreringar
Smakbyn 16 april kl. 14:00	14 st	5 st
Käringsund 17 april kl. 14:00	3 st	2 st
Stallhagen 23 april kl. 14:00	12 st	5 st
Furulundsgård. 24 apr kl. 14:00	24 st	-
Alandica 25 april kl. 14:00	40 st	7 st
Totalt	93 st	19 st

Hösten 2013	Antal deltagare	Antal Google-registreringar
Smakbyn 1 oktober kl. 14:00	10 st	4 st
Käringsund 2 oktober kl. 14:00	6 st	3 st
Alandica 9 oktober kl. 14:00 och kl. 17:30	31 st	3 st
FöretagsExpo Alandica kl. 13:00	8 st	2 st
Totalt	55 st	12 st

Deltagande i workshops resulterade i totalt **148 deltagare** och **31 nyregistreringar** på Google Maps.

ÖVERSIKT AV MATERIAL DÄR FINANSIÄRERNA OFFENTLIGGJORTS

- Slutrapporteringens webbplats: <http://www.projekt.strax.ax>
- Webbsida inom Ålands Näringsliv: http://www.naringsliv.ax/sv/projekt/Projekt_ax
- Lunchpresentation om projektet:
<http://www.slideshare.net/Handelskammare/lunchpresentation-projekt-ax>
- Tidningsannonsering (halvsidor) inför workshopserier (logotyper i sidfoten)
- Powerpoint-presentation som inledning till workshop med finansiärernas och ERUF-logotyper väl synligt på intro-sidan, samt ERUF-logotyp i sidfoten på samtliga slides.
- Instruktions- och självstudiematerial som utdelats i samband med workshops
- Inbjudan till workshops genom Ålands Näringslivs nyhetsbrev (logotyper i sidfoten)
- Informationsartikel till tidskriften Magasinet (medlemmar i Visit Åland & Ålands Näringsliv)
- Deltagande i Ålands Näringslivs monter med montermaterial med finansiärernas logotyper synliga på Ålandsmässan 2012 och 2013 samt på EU-informationstillfället "EU och Du" i Maxinge köpcentrum 27 september 2013.

En investering för framtiden



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden

