Ahaus

Kulturwandel eingeleitet

[28.07.2022] Im Interview mit Kommune21 spricht Karola Voß, Bürgermeisterin der Stadt Ahaus, über die Besonderheiten der Ahaus.app, die Bedeutung von Digitallotsen für die Verwaltung und den Weg der nordrhein-westfälischen Kommune zur Smart City.

Frau Bürgermeisterin Voß, Ahaus hat sich auf den Weg zur Smart City gemacht und wird für die Aktivitäten mit Lob überhäuft. Was ist das Besondere an der Digitalstadt Ahaus?

Die Digitalstadt Ahaus zeichnet sich durch eine Vielzahl an digitalen und smarten Angeboten aus, die Einwohnern und Besuchern zur Verfügung stehen und einfach genutzt werden können. Sie erstrecken sich über die Bereiche Gastronomie, Hotellerie, Freizeitgestaltung, Shopping, Events und Verwaltung. Die Menschen in Ahaus zeichnet ein offener Umgang mit neuen digitalen Services aus. Der Kulturwandel hin zu einer smarten und digitalen Gesellschaft ist eingeleitet.

Ein zentrales Instrument ist die Ahaus.app. Welche Funktionen bietet die Lösung und wie wird sie genutzt?

Die Ahaus.app ist die zentrale Anlaufstelle, wenn es um die Freizeitgestaltung geht. Die Plattform von Ahaus Marketing & Touristik wird auf Basis von chayns betrieben, einem kostenfreien Cloud-Betriebssystem. Die Software des Ahauser Unternehmens Tobit Laboratories, kurz Tobit.Labs, ist seit rund sieben Jahren auf dem Markt und erfreut sich überregionaler Beliebtheit. Es bietet zentrale Funktionalitäten, die für individuelle Anwendungsfälle und Zwecke genutzt werden können. Im Mittelpunkt steht eine ID, die mit einer ID in den sozialen Medien vergleichbar ist. Daran geknüpft sind Einträge in einer Wallet wie zum Beispiel der digitale Stadtgutschein, ein digitaler Schlüssel oder der Personalausweis. Zudem kann man darüber kommunizieren und bezahlen. Mit der App präsentiert sich Ahaus den unterschiedlichen Zielgruppen, bietet Information und Interaktion und stellt viele attraktive Angebote in der Stadt vollständig digital zur Verfügung. Dazu zählen unter anderem die Buchung und Bezahlung eines Events oder die Beschaffung und das Einlösen eines digitalen Stadtgutscheins.

Welche Anreize bietet die Stadt, damit die Bürger und Besucher die App auch nutzen?

Anreiz bietet das vielseitige und bürgerfreundliche Angebot in der Ahaus.app. Mit etwa 36.000 Personen, die sich mit ihrer chaynsID auf der Website eingeloggt haben, deckt die App einen Großteil der Ahauser Bevölkerung ab. Darüber hinaus bietet das Ahauser Marketing zu besonderen Events und Jahreszeiten sowie immer mal wieder zwischendurch Gutscheinaktionen an.

„Digitallotsen können eine Lücke schließen und bei Digitalisierungsprojekten einen nachhaltigen Erfolg sichern.“
Welche Rolle spielt ein aktives Stadtmarketing als Erfolgsfaktor beim Thema Smart City?

Anders als bei der Digitalisierung der Verwaltungsprozesse lebt das Thema Smart City vom Miteinander in der Stadt. Die vielen digitalen Angebote werden auf der zentralen Plattform gebündelt. Um deren Akzeptanz zu steigern, braucht es ein aktives Stadtmarketing. Es sind Kreativität und Ausdauer gefragt, da potenzielle Anwender oft erst von neuen Angeboten überzeugt werden müssen. Hier bedarf es einer guten Information und Kommunikation. Ebenso müssen Einzelhandel und Gastronomie, die den Großteil der

Akzeptanzstellen des digitalen Stadtgutscheins ausmachen, mitgenommen werden. Ein aktives Stadtmarketing muss die digitalen Angebote also dauerhaft und nachhaltig etablieren, damit die Stadt zur Smart City werden kann.

Welche Akteure wirken bei der Umsetzung der Pläne mit?

Die Umsetzung erfolgt grundsätzlich im Team. Die Stadtverwaltung sowie Ahaus Marketing & Touristik sind fast immer beteiligt. Sie planen Digitalisierungsmaßnahmen und verantworten unter anderem inhaltlich die Plattform, auf der die digitalen Angebote platziert werden. Eine Besonderheit in Ahaus ist die enge Kooperation mit Tobit.Labs. Die Zusammenarbeit ist sehr fruchtbar und stellt eine Win-win-Situation dar. Tobit.Labs unterstützt uns mit Personal und Know-how. Die Stadt wiederum bietet dem Unternehmen einen Raum, um digitale Angebote auszuprobieren.

Wie sind Sie organisatorisch aufgestellt, wie werden die Aktivitäten koordiniert und gesteuert?

Die Stadt Ahaus hat seit November 2019 einen Chief Digital Officer, der die Vorhaben zentral koordiniert und steuert. Der CDO ist als Stabsstelle bei der Verwaltungsspitze organisiert. Er berät und unterstützt den Verwaltungsvorstand bei strategischen Fragen zur Digitalisierung und zum Thema Smart City. Darüber hinaus fungiert er als Bindeglied zwischen den Fachbereichen im Rathaus, dem Ahauser Marketing und den Ahauser Unternehmen, insbesondere Tobit.Labs.

Wie sieht es mit der Digitalisierung der Stadtverwaltung aus? Welche Online-Services sind in Ahaus bereits verfügbar?

Das Angebot an Online-Services wird nicht zuletzt mit Blick auf das Onlinezugangsgesetz (OZG) ständig erweitert. Die Stadt Ahaus bietet Online-Antragsmöglichkeiten beispielsweise in den Aufgabenbereichen Hundesteuer, Gewerbe und Sondernutzung. Aktuell liegt der Fokus auf dem digitalen Angebot im Zusammenhang mit der Kita-Anmeldung. Eine Besonderheit ist die digitale Fundsachenversteigerung: Über chayns werden seit fast einem Jahr Fahrräder und andere Fundsachen in Form einer Rückwärtsauktion versteigert, bei welcher der Preis täglich um ein Prozent fällt.

Seit März 2022 bietet die Stadt ein subventioniertes Ticket für den ÖPNV an. Auch hier sind die Beantragung und Bezahlung online möglich.

Nichtsdestotrotz können wir gerade im Vergleich zur Privatwirtschaft noch viel lernen. Sowohl die Qualität als auch die Quantität müssen weiter gesteigert werden, sodass die Angebote noch einfacher und benutzerfreundlicher werden. Hier fehlt es jedoch auch an einer zentralen Unterstützung durch Bund und Land. Es gibt noch keine verlässliche und akzeptierte Authentifizierungslösung und auch die Einer-für-Alle-Dienste von Bund und Land sind nicht flächendeckend verfügbar.

Sie setzen in der Stadtverwaltung Digitallotsen ein. Welche Aufgabe haben diese und wie kommt dadurch die Digitalisierung in Schwung?

Seit fast zwei Jahren gibt es in der Stadtverwaltung Digitallotsen. 22 Lotsen wurden seither ausgebildet. Die Digitallotsen sind zum einen Unterstützende, die ihren Kolleginnen und Kollegen im Alltag bei Fragen rund um die Digitalisierung und die Anwendung von Soft- und Hardware helfen. So finden auch ein aktiver Wissenstransfer und eine nachhaltige Kompetenzsteigerung statt. Die Digitallotsen sind aber auch Multiplikatoren und Netzwerker. Sie arbeiten in unterschiedlichen Fachbereichen und bringen unterschiedliche Erfahrungen und Ausbildungen mit. Der Austausch untereinander liefert häufig einen Erkenntnisgewinn und bereichert die eigene Sichtweise. Darüber hinaus profitiert der CDO von vielen

unterschiedlichen Eindrücken und hat einen kurzen Draht zu (fast) allen Aufgabenbereichen. Langfristig sollen immer mehr Kolleginnen und Kollegen zu Digitallotsen ausgebildet werden. Projekt-Teams, die nur aus IT- und Digitalisierungsexperten bestehen, fehlt die Fachkompetenz, welche die Digitallotsen in ihrem jeweiligen Aufgabengebiet besitzen. Hier können die Digitallotsen eine Lücke schließen und bei Digitalisierungsprojekten einen nachhaltigen Erfolg sichern.

()

Dieser Beitrag ist in der Ausgabe Juli 2022 von Kommune21 erschienen. Hier können Sie ein Exemplar bestellen oder die Zeitschrift abonnieren.

Stichwörter: Smart City, Ahaus, Apps