REPORT

Unser Portal soll schöner werden

[16.11.2009] Das Web 2.0 hält langsam Einzug in kommunale Online-Portale. Einige Verwaltungen setzen bereits auf Kanäle wie YouTube und Twitter oder die Ausgabe ihrer Inhalte auf mobilen Endgeräten. Künftig wird auch die Personalisierung eine bedeutende Rolle spielen. Im Intranet lassen sich damit Kosten einsparen.

Kommunen sollten auf ihr Äußeres achten – auch im Web. Der Internet-Auftritt vermittelt Bürgern und Touristen einen ersten Eindruck von der Stadt, der Gemeinde oder dem Kreis, und für den ersten Eindruck gibt es bekanntlich keine zweite Chance. Portale wirken aber nicht nur nach außen, auch interne Prozesse können damit effizienter gestaltet werden. Treiber der Entwicklung sind neben neuen Technologien auch die Erwartungen der Nutzer sowie gesetzliche Vorgaben, etwa hinsichtlich Barrierefreiheit oder im Rahmen der Umsetzung der EU-DLR.

Ansprüche der Nutzer

Die Professionalisierung der kommunalen Websites ist nicht zuletzt der Erwartungshaltung der Bürger zu verdanken. Und obwohl die User anspruchsvoller und kritischer werden, unterscheiden sich die heutigen Erwartungen nicht grundlegend von denen vor einigen Jahren, meint Susanne Bernig, die im brandenburgischen Innenministerium den Wettbewerb eKommune betreut hat, bei dem Nutzer die Qualität kommunaler Internet-Auftritte bewertet haben. Bürger wünschen sich aktuelle, übersichtliche und klar strukturierte Web-Seiten. Die Navigation soll einfach sein und sich leicht erschließen, das Gesuchte mit wenigen Mausklicks gefunden werden. Diese Einschätzung teilt Ralph Kissner, Geschäftsführer der Firma Six Offene Systeme, die zahlreiche Web-Präsenzen von Kommunen umgesetzt hat. Auch aus seiner Sicht ist eine klare und einfache Struktur unverzichtbar für ein erfolgreiches kommunales Internet-Portal. Denn nur so könne gewährleistet werden, dass sich auch Bürger zurechtfinden, welche die Website zum ersten Mal besuchen. Kissner nennt als Erfolgsfaktoren zudem Barrierefreiheit und unterschiedliche Zugangswege zu den Informationen über Navigation, Suche, Ämterführer oder Lebenslagenkatalog. Beide Aspekte hat die Stadt Köln bei der Überarbeitung ihres Internet-Auftritts berücksichtigt. „Die bisherigen Erfahrungen haben gezeigt, dass eine ausschließliche Kategorisierung der Dienstleistungen nach Themen für die Bedürfnisse vieler Bürger nicht hilfreich ist“, sagt Peter Wafzig, Projektleiter der Firma Seitenbau, die den Relaunch in Zusammenarbeit mit der städtischen Online-Redaktion realisiert hat. Er ergänzt: „Daher haben wir ein Informationsdesign entwickelt, in dem Dienstleistungen sowohl nach Themen als auch nach Lebenslagen kategorisiert werden können.“ Außerdem geht Köln laut Wafzig bei der Barrierefreiheit mit gutem Beispiel voran. Die gesetzlich geforderte Barrierefreiheit ist gemeinsam mit dem Projekt BIK (barrierefrei informieren und kommunizieren) umgesetzt worden.

Feedback der Bürger

Nutzerorientierung ist den Kölnern aber auch noch in anderer Hinsicht ein Anliegen. In dem neuen Web-Portal sind alle 900 Themen und Produkte des Bürgerservice am Ende der geleisteten Informationen mit der Frage versehen, ob der Artikel hilfreich war. Wird nein gewählt, öffnet sich ein Feedback-Formular mit der Bitte, die Kritik zu äußern. Auf Online-Beschwerden setzen auch die Kommunen, die an dem E-Partizipationsprojekt Maerker Brandenburg teilnehmen. Über die Online-Beteiligungsplattform können

Bürger alltägliche Ärgernisse wie ausgefallene Ampeln, defekte Straßenlaternen, Gefahrenstellen auf dem Gehweg oder wilde Müllkippen melden. Six-Chef Kissner erklärt sich den Erfolg dieses Projektes von Innenministerium und brandenburgischen Kommunen folgendermaßen: „Online zu kommunizieren ist einfacher als einen Brief zu schreiben oder zu telefonieren. Die Hürden sind geringer und die Suche nach den Zuständigkeiten entfällt."
Online-Kommunikation ist aber nicht auf das Beschwerde-Management beschränkt. Bürgermeister nutzen die Möglichkeiten des Web 2.0, um beispielsweise die Bürger via Blog direkt anzusprechen. Josef Brunner, Bürgermeister der bayerischen Gemeinde Meeder, der in seinem Wahlkampf unter anderem auf Podcasts gesetzt hat, ist der Meinung, dass erst die Interaktivität das Internet für den Normal-User attraktiv macht. Ralph Kissner empfiehlt jeder Kommune, Blogs und Mitmach-Funktionen wie Forum, Gästebuch und interaktive Services anzubieten. Auszeichnen kann sich ein städtisches Web-Portal nach Angaben von Kissner, wenn es darüber hinaus weitere Services zur Verfügung stellt. Das kann ein Stadtplan sein, der auch Informationen von Bürgern integriert oder Videosequenzen zu den Sehenswürdigkeiten der Stadt bietet.
Für eine interessante Präsentation im Netz kann eine Kooperation mit Tourismusgesellschaften hilfreich sein. So nutzt beispielsweise die Touristik-Zentrale der Hansestadt Bremen nicht nur den Kurznachrichtendienst Twitter, um etwa auf aktuelle Veranstaltungen hinzuweisen, sondern hat unter dem Motto „Bremen erleben" auch einen eigenen Kanal auf dem Online-Portal YouTube mit Filmen und Podcasts über die Stadt gestartet.

Website für die Tasche

Auf eine Steigerung des Unterhaltungswertes hat auch Dortmund bei der siebten Komplettüberarbeitung der städtischen Website gesetzt. Dafür sollen insbesondere Bilder und Videos sorgen. Bei einem anderen Trend, den Mobilportalen, war die nordrhein-westfälische Großstadt Vorreiter. Bereits im Juli 2005 hat Dortmund eine spezielle mobile Version des Stadtportals mit aktuellen Informationen, Tipps und ausgewählten Online-Services gestartet. Zahlreiche Städte folgten dem Beispiel. Forciert wurde die Entwicklung durch moderne Smartphones, schnellere Übertragungsraten und neue Anwendungen. Die rasante technologische Entwicklung führt auch dazu, dass ständige Aktualisierungen notwendig sind. Bei der Überarbeitung der mobilen Version von berlin.de wurden jetzt Inhalte und Layout für mehr als 6.000 verschiedene mobile Endgeräte optimiert. Künftig sollen auch Inhalte und Applikationen angeboten werden, die ausschließlich mobil verfügbar sind.
Als weiteren Trend bei kommunalen Internet-Portalen macht Ralph Kissner von Six eine Erweiterung des interaktiven Bereichs aus. Denkbar seien eigene Communities, in denen sich Bürger über städtische Themen austauschen und ihre Meinung, etwa in Form von Petitionen, direkt an die politisch Verantwortlichen richten können. Zudem werde sich neben dem Informations- ein Servicebereich etablieren, der personalisiert alle städtischen Dienstleistungen online zur Verfügung stellt, ist Kissner überzeugt. In Großbritannien wird dies teilweise schon umgesetzt. So bietet beispielsweise die schottische Verwaltung East Renfrewshire Council den Nutzern die Möglichkeit, die Homepage zu personalisieren. Unter den 17 Services, die als Voreinstellung auf die Startseite übernommen werden können, finden sich Arbeitsuche, Kontakt zu Ratsmitgliedern oder Suche im Katalog der Bibliothek.

Innere Werte

Auch im Intranet ist Personalisierung hilfreich, sagt Florian Leinberger, Geschäftsführer der Firma Seitenbau. Die personalisierte Bereitstellung von Informationen und Anwendungen helfe nicht nur Informationswege und Recherchezeiten zu verkürzen, sondern trage auch zu einer Prozessvereinfachung bei. Das spare Kosten und Nerven, was die Motivation und Mitarbeiterzufriedenheit erhöhe. Dies wiederum

wirke sich positiv auf die Effizienz der Beschäftigten und die Qualität der geleisteten Arbeit aus, wodurch weitere Einsparungen erzielt würden. Laut Florian Leinberger bedarf der Aufbau eines personalisierten Mitarbeiterportals einer zielorientierten Personalisierungsstrategie mit vier Dimensionen. Zunächst müssen die operativen und strategischen Ziele festgelegt werden. Dann müssen Zielgruppen und Benutzer definiert werden. Anschließend gilt es, die geeigneten Personalisierungskonzepte und -instrumente auszuwählen. Dies hat Auswirkungen auf interne Prozesse und Strukturen. Nach Angaben von Leinberger sind folgende Fragen zu klären: Welche Instanz entscheidet, wer welche Inhalte sehen soll? Welche Instanz publiziert und prüft diese Inhalte? Welchen Aufwand bedeutet die Umsetzung des Rechte- und Rollenkonzeptes für die Systemadministratoren? Wer evaluiert den Erfolg des Portals und entwickelt es konzeptionell weiter? Antworten hierauf gilt es zwar auch bei der Entwicklung des Redaktionskonzeptes für eine kommunale Website zu finden. Doch wird die Thematik nach Angaben des Seitenbau-Geschäftsführers im Rahmen einer Personalisierungsstrategie eher komplexer. Aber ein personalisiertes Intranet-Portal könne auch weit mehr sein als eine Website nach innen oder eine Art digitale Mitarbeiterzeitung. Es bilde die zentrale interne Arbeitsplattform einer modernen Kommunalverwaltung. Somit ist dafür gesorgt, dass die Verwaltung nicht nur nach außen ein gutes Bild abgibt.

(rt)

Stichwörter: CMS | Portale, Portale, Content-Management-Systeme (CMS), Köln, Dortmund, Mobilportale, Web 2.0, Six, Seitenbau, Ralph Kissner, Florian Leinberger