

Visionen mit Pragmatismus: eGovernment in Deutschland 2002

accenture

Innovation delivered.

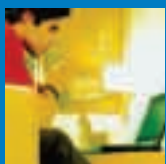
• Consulting • Technology • Outsourcing • Alliances



Inhalt_



Vorwort 5



I. Methodik 6



II. eGovernment 2002 – ein internationaler Vergleich 8

- Erfolgsfaktoren und Herausforderungen 8
- Globale Entwicklungsstufen 9
- Internationale Trends 10
- Deutschland im internationalen Vergleich 12



III. eGovernment in deutschen Behörden 14

- Das Gesamtbild 2002 14
- Virtuelle Rathäuser im Vergleich 15
- Die Ergebnisse im Detail 17
- Drei Fallstudien 18
- Customer Relationship Management 20
- Ausblick 21



Ansprechpartner 22



Vorwort_

Das dritte Mal in Folge hat Accenture Anspruch und Wirklichkeit im eGovernment geprüft. Für einen internationalen Vergleich wurden die Internetauftritte von 23 Regierungen hinsichtlich Umfang und Qualität untersucht. Neben dem Portal des Bundes standen in einer gesonderten Untersuchung auch die Webseiten von 17 deutschen Kommunen auf dem Prüfstand.

Noch im vergangenen Jahr war von bahnbrechenden Veränderungen durch die digitale Revolution die Rede. Davon haben sich zwar einige Erwartungen erfüllt, grundsätzlich aber sind die vielversprechenden Hoffnungen bezüglich eGovernment jedoch einer pragmatischen Sicht auf die Dinge gewichen. Es hat sich gezeigt, dass eine Verwaltung nicht allein dadurch moderner wird, dass Dienstleistungen online angeboten werden. Vielmehr müssen auch die Abläufe, die hinter dem digitalen Tor liegen, neu strukturiert und dem Online-Auftritt angepasst werden.

In Deutschland wurden auf dem Weg zu einer modernen und bürgerorientierten Verwaltung bereits Teilerfolge erzielt. Für eine effizientere Verwaltung und einen online-basierten Bürgerdialog bietet das Internet allerdings weit mehr Potenzial, das längst noch nicht ausgeschöpft ist.

Verbesserungen im Online-Angebot zeigen sich vor allem auf Bundesebene. Im Gegensatz dazu konnten die Städte im Durchschnitt das Niveau lediglich halten. Dabei verdankt der Bund sein deutlich besseres Ergebnis vor allem der Initiative BundOnline, deren ehrgeiziges Ziel es ist, bis 2005 circa 400 internetfähige Dienstleistungen des Bundes ins Netz zu stellen.

Mit der vorliegenden Studie will Accenture einen Beitrag zu einer konstruktiven Diskussion über Möglichkeiten und Grenzen des Mediums Internet im öffentlichen Sektor leisten. eGovernment ist und bleibt ein wichtiges Thema – für Bundesregierungen wie Kommunen.



Holger Bill

Holger Bill



Stefan Schneider

Stefan Schneider

I. Methodik_

Die Untersuchung 2002

Zum dritten Mal in Folge hat Accenture aus der Perspektive von Bürgern und Unternehmen die Qualität von 169 ausgewählten Online-Verwaltungsdienstleistungen von 23 verschiedenen Regierungen untersucht. In der Bundesrepublik Deutschland wurden im zweiten Jahr in Folge außerdem 49 Online-Dienstleistungen von 17 kommunalen Verwaltungen unter die Lupe genommen. Beide Untersuchungen – durchgeführt im Januar 2002 – analysieren Dienstleistungen aus den Bereichen personenbezogene Dienstleistungen, Justiz und öffentliche Sicherheit, Bildung, öffentlicher Einkauf, allgemeine Verwaltungsdienstleistungen und Verkehr, in der auf Bundesebene durchgeführten Studie werden ebenfalls Finanzen, Verteidigung und Postwesen untersucht.

Die Dienstleistungen wurden verschiedenen Entwicklungsstufen zugeordnet, welche die Qualität der kommunikativen Beziehung kennzeichnen. Dabei wurde unterschieden zwischen den Kategorien Publikation (passiv-passive Beziehung), Interaktion (aktiv-passive Beziehung) sowie Transaktion (aktiv-aktive Beziehung). Innerhalb der einzelnen Stufen wurden die Dienstleistungen zudem je nach Entwicklungsgrad auf einer Skala von 1 bis 3 bewertet.

Der Entwicklungsgrad des eGovernment wurde anhand der Kriterien „Service-Angebot“ und „Customer Relationship Management“ – im vergangenen Jahr noch als „Service-Qualität“ bezeichnet – ermittelt. Auf der Grundlage dieser Ergebnisse wurde anschließend die jeweilige „Service-Reife“ der Länder und Kommunen ermittelt.

Service Angebot

Mit dem Hauptkriterium Service-Angebot wird der Grad der Umsetzung der jeweiligen Online-Präsenz gemessen. Berücksichtigt wurden dabei sowohl die Anzahl der im Internet verfügbaren Dienstleistungen aus dem öffentlichen Verantwortungsbereich (Breite) als auch der Entwicklungsgrad des Service-Angebots (Tiefe).

Customer Relationship Management

Mit dem ergänzenden Kriterium Customer Relationship Management werden Aussagen getroffen über die Qualität und die Intensität der Online-Bürgerbeziehungen. Wichtige Faktoren dabei sind ein zentraler Zugang, ein ansprechendes Design, eine nutzerfreundliche Navigation, umfangreiche maßgeschneiderte Informationen aus unterschiedlichsten Quellen sowie die Möglichkeit, eine Website zu personalisieren.

Service-Reife

Um die Rangfolge der 23 Länder beziehungsweise der 17 Kommunen festzulegen, wurden die Ergebnisse aus den Kategorien Service-Angebot und Customer Relationship Management miteinander kombiniert. Berechnungsgrundlage für den jeweiligen Wert waren wie im Vorjahr zu 70 Prozent die Ergebnisse im Service-Angebot und zu 30 Prozent aus dem Bereich Customer Relationship Management.



II. eGovernment 2002 – ein internationaler Vergleich_

1. eGovernment 2002 – Erfolgsfaktoren und Herausforderungen

Die vorliegende Untersuchung zeigt vor allem eines: Die großen Visionen, die am Anfang nationaler eGovernment-Initiativen standen, sind einem gesunden Pragmatismus gewichen. eGovernment wird längst nicht mehr als Allheilmittel betrachtet, mit dem sich alle Herausforderungen meistern lassen, die sich einer modernen Regierung stellen. eGovernment ist vielmehr eine Lösung unter vielen. So herrscht auch in Regierungskreisen mittlerweile die Einsicht vor, dass es nicht ausreicht, öffentliche Dienstleistungen online verfügbar zu machen. Um nachhaltige Effizienzsteigerungen und Kostenreduzierungen zu erzielen, müssen auch die internen Verwaltungsabläufe modernisiert werden.

Für den internationalen Vergleich hat Accenture die Webauftritte der Regierungen folgender 23 Länder untersucht: Australien, Belgien, Brasilien, Kanada, Dänemark (in diesem Jahr erstmals dabei), Finnland, Frankreich, Deutschland, Hongkong, Irland, Italien, Japan, Malaysia, Mexiko, Niederlande, Neuseeland, Norwegen, Portugal, Singapur, Südafrika, Spanien, Großbritannien und die Vereinigten Staaten von Amerika.

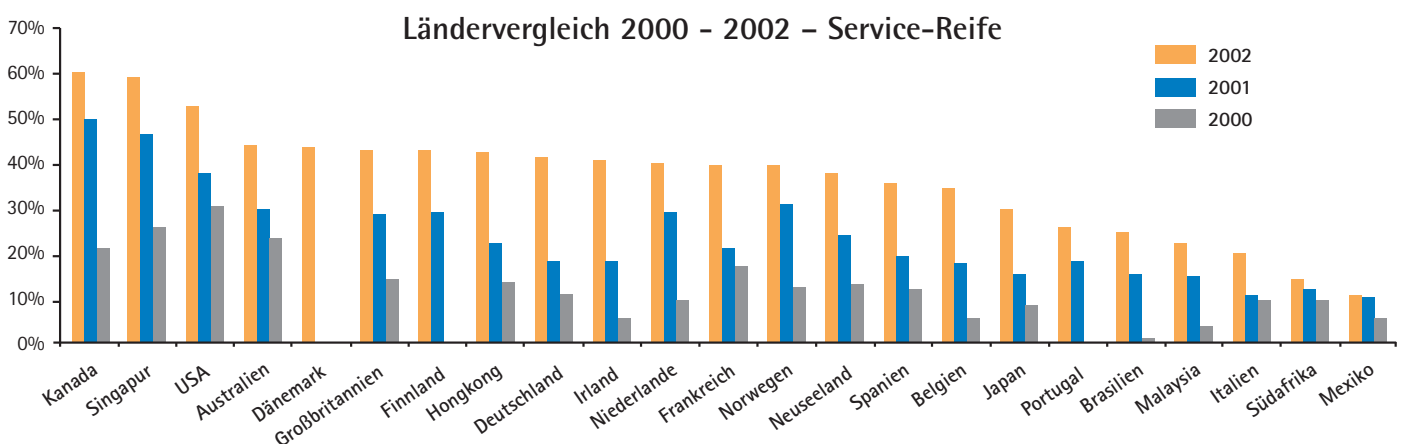
Die Spitzenreiter 2002 in Sachen eGovernment-Lösungen sind mit einer Service-Reife von über fünfzig Prozent Kanada, Singapur und die Vereinigten Staaten von Amerika.

Entscheidende Erfolgsfaktoren sind

- Führungspersönlichkeiten, die Kosten und Nutzen von eGovernment-Lösungen pragmatisch abwägen,
- die gleichzeitige Transformation von internen Verwaltungsabläufen und Online-Strukturen,
- die Schaffung von Synergien über die Grenzen von Ministerien, Behörden und privaten Institutionen hinweg.

Die erfolgreiche Umsetzung von eGovernment resultiert bei den Spitzenreitern aus

- der Benennung und Autorisierung von zentralen Verantwortlichen (zwei der drei Spitzenreiter haben Informationsminister / Chief Information Officers (CIO) benannt),
- der Einbeziehung der Bürger und Unternehmen bei der Umsetzung von eGovernment-Lösungen, um Effizienz und





Nutzerfreundlichkeit zu gewährleisten,

- der Zusammenarbeit mit der Privatwirtschaft,
- Portal-Lösungen, bei denen auf die Qualität und nicht nur auf die Masse der angebotenen Dienstleistungen gesetzt wurde, und
- einem kundenorientierten Online-Auftritt.

Kompakt

Alle untersuchten Länder haben nicht nur die Gesamtzahl der im Internet angebotenen Dienstleistungen erhöht, sondern auch bereits vorhandene Services weiterentwickelt – von der reinen Veröffentlichung (publishing) zur interaktiven (interaction) oder zur vollständigen Online-Abwicklung (transaction).

2. Globale Entwicklungsstufen

Der internationale Vergleich zum Entwicklungsgrad von Online-Dienstleistungen hat ergeben, dass in den meisten Ländern Fortschritte gemacht wurden. Wesentliche Verbesserungen hinsichtlich der Service-Reife zeichnen sich vor allem in den Ländern ab, die bei der Gestaltung ihres Webauftritts von Anfang an von einem bürgerorientierten Ansatz ausgegangen sind. Darüber hinaus zeigt die Studie, dass Portal-Lösungen zunehmend an Bedeutung gewinnen. Dennoch bleiben viele Vorteile dieses Modells nach wie vor ungenutzt.

Status quo 2002

Die 23 untersuchten Länder wurden den folgenden vier Entwicklungskategorien zugeordnet, die den jeweiligen Entwicklungsgrad des eGovernment-Angebots charakterisieren.

Spitzenreiter

Wie im Jahr zuvor belegen Kanada, Singapur und die Vereinigten Staaten von Amerika die ersten drei Plätze mit einer Service-Reife von über 50 Prozent. Im Jahr zuvor lag die Service-Reife der drei Staaten lediglich bei über 38 Prozent. Allein Kanada lag als Spitzenreiter auch damals schon bei 50 Prozent.

Herausforderer

Die Zahl der Länder, die mit einer Service-Reife zwischen 40 und 50 Prozent den Spitzenreitern dicht auf den Fersen sind, ist im Vergleich zum Vorjahr von fünf auf zehn gestiegen. Während Norwegen, Australien, Finnland, die Niederlande und Großbritannien bereits im vergangenen Jahr in dieser Gruppe waren, sind Dänemark, Deutschland, Irland, Hongkong und Frankreich neu hinzugekommen.

Hoffnungsträger

Die Gruppe der Hoffnungsträger – mit einer Service-Reife von 30 bis 40 Prozent – ist im Vergleich zum Vorjahr von acht auf vier geschrumpft und setzt sich aus Neuseeland, Spanien, Belgien und Japan zusammen.

Nachzügler

In der Gruppe der Nachzügler – mit einer Service-Reife unter 30 Prozent – hat sich das Gesamtbild im Vergleich zum Vorjahr verbessert: Während die Service-Reife 2001 zwischen elf und siebzehn Prozent lag, konnten 2002 zwischen zwölf und 26 Prozent gemessen werden. Die Gruppe der Nachzügler umfasst Portugal, Brasilien, Malaysia, Italien und Südafrika. Das Schlusslicht bildet Mexiko.

Kompakt

In der Gruppe der Herausforderer sind die größten Fortschritte gemacht worden. Deutschland und Irland sind hier an der Spitze und konnten ihre Service-Reife fast verdoppeln.

3. Internationale Trends – „heraus aus den Kinderschuhen“

Bei der ersten Untersuchung im Jahr 2000 stand bei der Gestaltung der untersuchten Internetauftritte noch die reine Veröffentlichung von Informationen im Vordergrund. Die Verfügbarkeit von Verwaltungsdienstleistungen im Internet spielte damals eine untergeordnete Rolle. Selbst die Spitzenreiter des Jahres 2000 boten lediglich 20 Prozent ihrer Services, die potenziell ins Netz gestellt hätten werden können, als Online-Dienstleistungen an. Im Jahr 2001 lag der Fokus dagegen klar auf Interaktion und Transaktion. Die beeindruckendsten Ergebnisse wurden in den Ländern erreicht, in denen im Vorfeld eine klare Vision formuliert und eine schnelle Umsetzung angestrebt wurde. Das Ergebnis der Untersuchung 2002 zeigt im Vergleich dazu vor allem, dass die Erwartungen an die Serviceverbesserung durch eGovernment-Lösungen realistischer geworden sind. Die Visionen und Hoffnungen der ersten Jahre sind pragmatischen Ansätzen gewichen. Einige der geplanten Projekte wurden ad acta gelegt, da sich die erwarteten Serviceverbesserungen oder Kostensenkungen nicht eingestellt hatten.

Folgende Entwicklungen zeichnen sich in den untersuchten Ländern ab:

eGovernment ist nur eine Möglichkeit unter anderen, um den Service zu verbessern

Noch vor wenigen Jahren wurde in eGovernment die alleinige Lösung zur Modernisierung von Staat und Verwaltung gesehen. Mittlerweile hat sich die Erkenntnis durchgesetzt, dass eGovernment einiges, aber nicht alles leisten kann. Auf dem Weg zu einer modernen Verwaltung reicht es nicht aus, Dienstleistungen und Informationen online anzubieten. Die hinter dem virtuellen Zugangspunkt liegenden Verwaltungsabläufe müssen ebenfalls modernisiert werden.

Implementierung ist weiter eine der größten Herausforderungen

Die Kosten für die elektronische Bereitstellung von Verwaltungsdienstleistungen sind nicht zu unterschätzen – von den laufenden Betriebskosten ganz zu schweigen. In der Regel wird eine Dienstleistung parallel on- und offline angeboten, um nicht diejenigen Bürger und Unternehmen auszuzugrenzen, die das Internet entweder nicht nutzen wollen oder nicht nutzen können.

Viele Regierungen haben inzwischen erkannt, dass das Internet nicht immer der Schlüssel zu Kostenersparnis und Effizienzsteigerung ist. In der Konsequenz werden zunehmend Kosten-Nutzen-Rechnungen durchgeführt. So soll sichergestellt werden, dass sich die kosten- und ressourcenintensiven Initiativen tatsächlich auszahlen. Die zu erwartenden Resultate werden im Vorfeld definiert, und aus der Privatwirtschaft bekannte Ansätze, wie das Benchmarking von Leistungen, können als Instrument zum Leistungsvergleich eingesetzt werden.



Bürger im Zentrum

Die Regierungen haben erkannt, dass die Bürger mittlerweile an Verwaltung und Staat die gleichen Maßstäbe hinsichtlich Service und Effizienz anlegen wie an Unternehmen in der freien Wirtschaft. Der internationale Spitzenreiter Kanada hat deshalb ein Online-Diskussionsforum für Bürger eingerichtet, um deren Erwartungen und Einstellungen zusammenzutragen und einschätzen zu können. Darüber hinaus werden auch Staatsdiener und Verwaltungsangestellte zunehmend als „Online-Kunden“ gesehen. So hat Singapur eine Strategie entwickelt für ein „GtoE“ (Government to Employee)-Portal, das neben der Abwicklung von Personalangelegenheiten auch Möglichkeiten zum direkten Kontakt bietet. Ein weiterer wichtiger Aspekt des eGovernment: Das Internet bietet die Möglichkeit, demokratische Prozesse transparent zu machen und die Bürger zu mobilisieren, sich an ihnen zu beteiligen.

Gemeinsame Visionen über die Grenzen von Ministerien und Behörden hinweg

Um das Dienstleistungsangebot auf die Bedürfnisse des Kunden auszurichten, ist die Zusammenarbeit über die Grenzen von Ministerien und Behörden hinweg ein kritischer Erfolgsfaktor. In den Vereinigten Staaten etwa hat das für Finanzen im Weißen Haus zuständige „Office of Management and Budget“ 23 eGovernment-Initiativen angekündigt, die über die Grenzen von Bundes- und Förderstaaten hinaus angelegt sind. Die gemeinsame Entwicklung und Nutzung verwaltungsspezifischer Softwarelösungen soll zu Kosteneinsparungen und Serviceverbesserungen führen. Die Softwarelösungen sollen in den nächsten zwei Jahren eingesetzt werden und sehen Partnerschaften zwischen den unterschiedlichen Verwaltungseinheiten vor.

In Deutschland hat die im Innenministerium angesiedelte Koordinierungs- und Beratungsstelle für Informationstechnik in der Bundesverwaltung (KBST) die Aufgabe übernommen,

Rahmenrichtlinien für den IT-Einsatz in der Bundesverwaltung zu entwickeln, um so ressortübergreifend den Einsatz von IT aus fachlicher, organisatorischer, wirtschaftlicher und technischer Sicht zu optimieren.

Zusammenarbeit mit der Privatwirtschaft

In den untersuchten Ländern wächst die Einsicht, dass aus einer Zusammenarbeit mit der Privatwirtschaft wichtige Impulse und Synergien entstehen können. In Neuseeland etwa wird im Programm der Initiative „Government.nz@your.service“ deutlich gemacht, dass eine intensive Kooperation mit der Privatwirtschaft der wesentliche Baustein des nationalen eGovernment-Programms ist. Die Erfahrung hat gezeigt, dass die rasante Geschwindigkeit der wirtschaftlichen und technologischen Entwicklungen durch Synergien mit Experten häufig effizienter abgefangen werden kann.

Fokus auf Marketing

Nur wenige Länder haben bisher ihre Online-Dienstleistungen in einem ausreichenden Maße vermarktet. Dadurch wird die Chance vergeben, die Bürger durch gezielte Marketingmaßnahmen zu einer stärkeren Nutzung des Internets anzuregen. In der Konsequenz werden Online-Verwaltungsdienstleistungen weitaus weniger oft in Anspruch genommen als erwartet. Ob es die Abgabe der Steuererklärung via Internet oder die Online-Beantragung der Geburtsurkunde ist – noch fehlt in den meisten Ländern die kritische Masse. Der Grund: Häufig werden die Bürger erst nach der Implementierung eines Online-Angebots danach gefragt, für wie nützlich sie die angebotene Dienstleistung halten. Bei den in der vorliegenden Studie untersuchten Erfolgskandidaten zeigt sich hingegen, dass Marketing und Kundenorientierung bei der Gestaltung der Webauftritte dieser Länder eine wesentliche Rolle spielen.

4. Deutschland im internationalen Vergleich

Deutsche Online-Services auf Bundesebene

- Service-Reife: Herausforderer
- Rang: Platz 9
- Service-Angebot: überdurchschnittlich
- Grad der Umsetzung: überdurchschnittlich
- Customer Relationship Management: sehr niedrig
- Stärken: weit entwickelte Online-Angebote in den Bereichen Post und Finanzen
- Chancen: Das innerhalb eines Jahres aufgebaute überdurchschnittliche Service-Angebot ist beste Voraussetzung dafür, dass Dienstleistungen bald vollständig online abgewickelt werden können.

Ergebnis des Jahres 2002

Deutschland ist aus der Gruppe der Hoffnungsträger in die der Herausforderer aufgestiegen. Innerhalb eines Jahres wurden signifikante Fortschritte erzielt. Das Service-Angebot und der Grad der Umsetzung sind im Vergleich zu anderen Ländern überdurchschnittlich; die Qualität und Intensität der Online-Bürgerbeziehungen fallen dagegen weit ab.

Deutschland kann hier nur den zwanzigsten Platz für sich beanspruchen. Maßgeschneiderte Lösungen für spezifische Anfragen sind nach wie vor nicht auf dem Portal des Bundes zu finden. In der Gruppe der Herausforderer nimmt Deutschland den sechsten Platz ein und hat damit das Potenzial, sich weiterzuentwickeln und künftig einen Spitzenplatz im internationalen Vergleich einzunehmen.

Kompakt

Deutschland hat das Jahr 2001 genutzt, um das Angebot von Online-Dienstleistungen deutlich zu erweitern.



III. eGovernment in deutschen Behörden_

In der Untersuchung des Vorjahres wies das Online-Angebot auf kommunaler Ebene in Deutschland insgesamt eine höhere Service-Reife als das auf Bundesebene auf. In diesem Jahr hat der Bund entscheidend aufgeholt: Zwar können auf www.bund.de immer noch nur acht Prozent der insgesamt 383 internetfähigen Dienstleistungen vollständig und 55 Prozent teilweise online abgewickelt werden. Dennoch lassen deren Qualität und die Anzahl der Services Deutschland im internationalen Vergleich deutlich besser abschneiden als im Vorjahr. Verglichen mit dem Online-Angebot auf Bundesebene geraten die durch die Bundesinitiative Media@Komm geförderten Städte im Durchschnitt ins Hintertreffen.

1. Das Gesamtbild 2002

Ein Großteil der von Accenture untersuchten Städte hat mit einem Relaunch des Online-Auftritts an Professionalität, Nutzerfreundlichkeit und Ästhetik gewonnen. Dennoch zählt häufig noch eher Masse statt Klasse. So werden auf einigen Seiten mittlerweile zahlreiche Dienstleistungen wie etwa Informationen zur Hundesteuer veröffentlicht, die jedoch keinen unmittelbaren Nutzen erkennen lassen. Insgesamt ist die Zahl der kommunalen Dienstleistungen, die vollständig online abzuwickeln sind, im Vergleich zum Vorjahr nur geringfügig gestiegen. Die Reife der untersuchten Kommunen hat sich nur unwesentlich erhöht.

Rang 2002	Stadt	Allgemeine Reife in %
1	Dortmund	31,0
2	Bremen	30,0
3	Düsseldorf	28,6
4	Stuttgart	24,6
5	München	24,3
6	Nürnberg	24,2
7	Hamburg	23,3
8	Hagen	22,4
9	Frankfurt	19,6
10	Essen	18,7
11	Hannover	18,6
12	Berlin	16,1
13	Erlangen	14,1
14	Dresden	8,2
15	Esslingen	7,7
16	Magdeburg	5,6
17	Köln	4,5

Das Online-Angebot mit der höchsten Service-Reife weisen Dortmund, Bremen und Düsseldorf auf, wobei Dortmund und Bremen die Plätze getauscht haben.

Die Online-Auftritte der Gewinner-Städte zeichnen sich aus durch:

- einen bürgerzentrierten, intentionsbasierten Ansatz (Lebenslagenmodell),
- Public Private Partnerships,
- eine hohe Qualität des Angebots an Online-Dienstleistungen,
- eine klare Kundenorientierung,
- Portal-Lösungen.



Daraus ergeben sich folgende Erfolgsfaktoren für eGovernment:

- projektbezogene Zusammenarbeit mit Privatwirtschaft und Hochschulen bei gleichzeitiger Einbeziehung der Bürger,
- Klarheit in Strategie und Umsetzung mit dem Schwerpunkt auf Kundenorientierung,
- Konzentration auf vollständige Online-Abwicklung der Dienstleistungen.

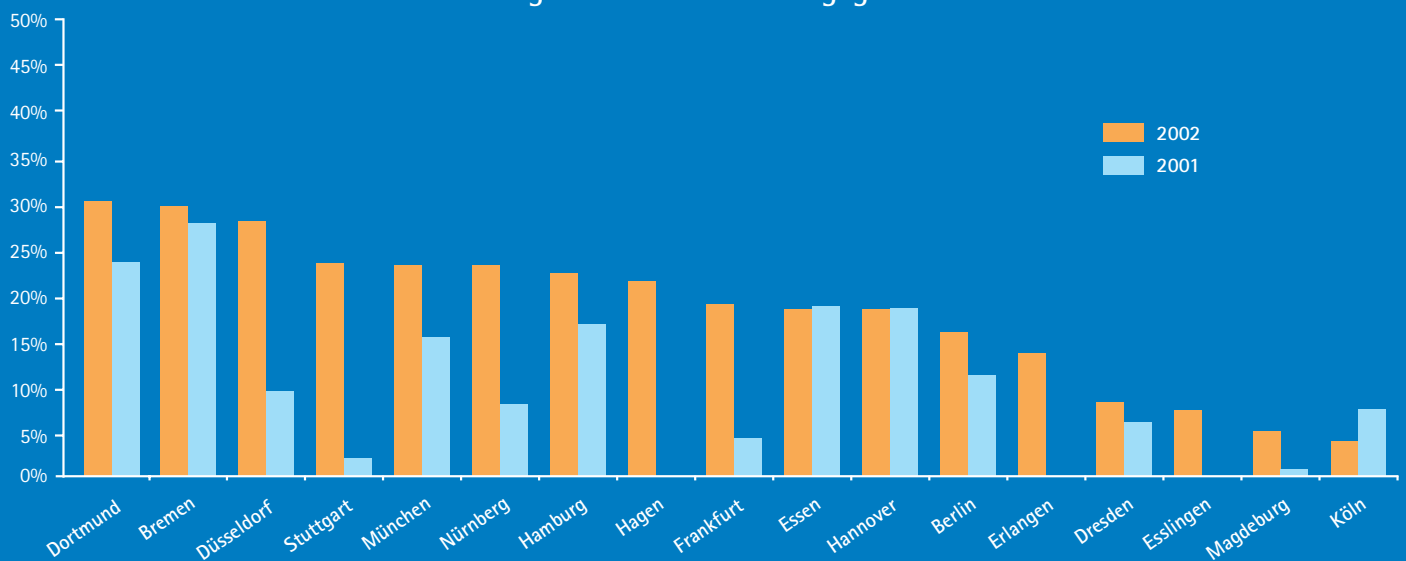
Kompakt

Im Vergleich zum Bund hat sich das Online-Angebot der Kommunen weitaus geringer verbessert. Der am erfolgreichsten durch die Media@Komm geförderte Webauftritt der Stadt Bremen musste den Spitzenplatz an Dortmund abgeben.

2. Virtuelle Rathäuser im Vergleich

In der Untersuchung 2002 wurden 17 virtuelle Rathäuser unter die Lupe genommen. Zu den 14 untersuchten Kommunen des Vorjahres wurden die beiden Media@Komm-Gewinner Esslingen und Erlangen sowie die mehrfach als vorbildlich bezeichnete Stadt Hagen hinzugenommen. Der Vergleich zur Untersuchung des Vorjahres macht deutlich: Die allgemeine Reife insgesamt ist nur geringfügig gestiegen. Insbesondere die Spitzenreiter des Jahres 2001 haben nur geringe Fortschritte gemacht.

Grad der allgemeinen Reife 2002 gegenüber 2001



Dortmund hat Bremen als Spitzenreiter abgelöst

Mit einem knappen Vorsprung von nicht einmal einem Prozent hat die westfälische Metropole den norddeutschen Stadtstaat vom ersten Platz verdrängt. Dortmund bietet mit über 70 Prozent den höchsten Anteil der untersuchten Dienstleistungen an, die Tiefe der Service-Reife liegt bei knapp 45 Prozent. Den ersten Platz verdankt Dortmund den Investitionen in Qualität und Intensität seiner Online-Beziehungen zu Bürgern und Unternehmen. Die Stadt hat mit knapp 30 Prozent den höchsten Wert im Customer Relationship Management erreicht.

Düsseldorf hat das Angebot und den Entwicklungsgrad der angebotenen Verwaltungsdienstleistungen erheblich verbessert und ist im Vergleich zum Vorjahr in der Bewertung von Platz acht auf Platz drei vorgerückt. Den größten Sprung hat Stuttgart gemacht: Während der baden-württembergische Regierungssitz im vergangenen Jahr lediglich den vorletzten Rang erreichte, liegt die Stadt 2002 auf Platz vier. Nürnberg und Frankfurt (Main) haben sich im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls verbessert. Berlin, Hamburg, Hannover und Essen haben ihre Service-Reife im Vergleich zum Vorjahr gehalten und sind dabei von anderen Städten überrundet worden. Die von der Initiative Media@Kom mit Know-how und finanziellen Mitteln geförderten Städte Erlangen und Esslingen rangieren auf dem dreizehnten beziehungsweise fünfzehnten Platz. Newcomer Hagen liegt mit Platz acht im Mittelfeld. Lediglich Köln ist im Vergleich zum Vorjahr stark abgefallen. Das in der Untersuchung berücksichtigte Angebot der Verwaltung unter www.stadt-koeln.de hat offensichtlich das Service-Angebot zugunsten der Seite www.koeln.de zurückgeschraubt.



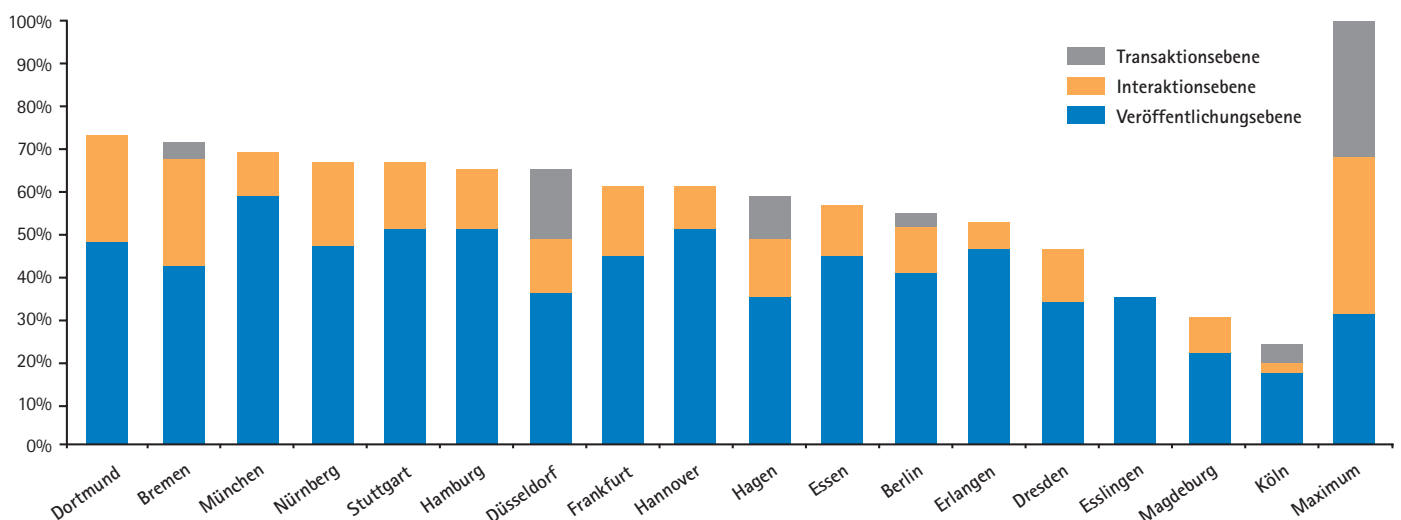
3. Die Ergebnisse im Detail Was bieten Online-Dienstleistungen?

Nach wie vor liegt der Schwerpunkt der Online-Services auf der Veröffentlichung möglichst vieler Verwaltungsdienstleistungen. Mittlerweile ist eine weitaus größere Anzahl von Verwaltungsdienstleistungen im Netz verfügbar als noch 2001. Im vergangenen Jahr hatten sieben der 14 untersuchten Städte mehr als die Hälfte der überprüften Services im Internet angeboten, dieses Jahr sind es 13 der 17 Städte. Von A wie Abfallentsorgung bis Z wie Zweitwohnungssteuergesetz – der Bürger kann heute vom Wohnzimmer aus nachlesen, welche Unterlagen er zum Beispiel für die Beantragung einer Heiratsurkunde benötigt, wer der entsprechende Ansprechpartner ist und wann die zuständige Behörde Sprechstunden anbietet. Die Möglichkeiten zur Interaktion oder gar zur vollständigen Abwicklung via Internet sind dagegen noch stark

eingeschränkt: Lediglich fünf der untersuchten Städte bieten überhaupt Dienstleistungen auf der Transaktionsebene an.

Aus der Perspektive des Bürgers bietet die vollständige Online-Abwicklung von Verwaltungsvorgängen eine Reihe von Vorteilen – etwa einen Service unabhängig von Öffnungszeiten sowie eine schnelle und problemlose Erledigung. Da die Kommunen Dienstleistungen heute noch gleichzeitig online wie offline anbieten, sind die erhofften Kosteneinsparungen bisher ausgeblieben. Gerade für finanzschwache Kommunen rechnen sich große Investitionen in die Erweiterung des Online-Angebots nur dann, wenn dadurch die Nutzung des Webangebots signifikant gesteigert wird.

Prozentualer Anteil von Dienstleistungen auf der Veröffentlichungs-, Interaktions- und Transaktionsebene



4. Drei Fallstudien: Stuttgart, Bremen, Düsseldorf

Bremen

Vorreiterrolle im Lernen – Bremen kennt die Fallstricke der eGovernment-Implementierung

Der im Rahmen des Media@Komm-Wettbewerbs geförderte Stadtstaat ist in der aktuellen Untersuchung vom ersten auf den zweiten Platz gefallen – wenn auch nur mit knappem Ergebnis. Weniger als ein Prozent in der Service-Reife trennt die Stadt vom diesjährigen Gewinner Dortmund. Grund für den Abstieg ist vor allem die Tatsache, dass zwischen 2001 und 2002 unter www.bremen.de in Hinblick auf die untersuchten Dienstleistungen nicht viel passiert ist: Weder die Anzahl noch die Qualität der bereitgestellten Verwaltungsdienstleistungen unterscheiden sich wesentlich vom Angebot des Vorjahres. Doch noch immer beweist der Bremer Online-Auftritt Vorreiter-Qualitäten in seinem konsequenten Design, dem überzeugenden Lebenslagenmodell und dem gut durchdachten Serviceangebot. Dieser Erfolg resultiert aus der Zusammenarbeit privater und öffentlicher Träger, bei der sich städtische Verwaltung, Wissenschaft und regionale Wirtschaft abgestimmt haben.

Bremen hat sich im vergangenen Jahr darauf konzentriert, die vorhandenen Services zu optimieren, und stößt dabei als erste der bundesdeutschen Kommunen auf Schwierigkeiten bei der Umsetzung, etwa auf die der Akzeptanz. So wurden von den 10.000 Signaturkarten zur Verwendung digitaler Signaturen, die samt Lesegerät für € 15 angeboten werden,

lediglich 1.500 abgenommen – und das hauptsächlich von Bremern, welche die Karte beruflich nutzen. Die Stadt an der Weser hat damit einen Erfahrungsvorsprung, was die potenzielle Breitenwirkung von Online-Dienstleistungen angeht, von dem andere virtuelle Rathäuser lernen können.

Stuttgart

Die gelbe Karte für die Stadtverwaltung

Die baden-württembergische Metropole ist in der diesjährigen Untersuchung von Platz dreizehn auf den vierten Platz aufgestiegen. Anzahl und Qualität der angebotenen Dienstleistungen haben sich überdurchschnittlich verbessert. Und nicht nur das – Stuttgart bietet Besuchern, Bürgern und Investoren ein überzeugendes Online-Angebot, in dem die Verwaltungsdienstleistungen übersichtlich nach dem Lebenslagenprinzip geordnet sind. Unter www.stuttgart.de können Bürger ihrer Stadtverwaltung die „gelbe Karte“ zeigen – indem sie online Tipps, Anregungen oder Kritik äußern, lokale Betriebe können die öffentlichen Ausschreibungen einsehen, und Investoren finden alles rund um den Standort Stuttgart. Zudem wird den 750 Bürgerinitiativen ein Forum geboten und Touristen finden vielfältige Informationen über die berühmten Söhne und Töchter der Stadt wie Ferdinand Porsche, Gottlieb Daimler oder Clara Zetkin.



Düsseldorf

Die Welt als Zeuge: Heiraten per Webcam in Düsseldorf

In der vorliegenden Untersuchung hat Düsseldorf den Sprung von Platz acht auf Platz drei geschafft. Im Vergleich zu anderen Städten bietet die Rheinmetropole unter www.duesseldorf.de ein breites Service- und Informationsangebot für Bürger, Touristen und Geschäftsleute, das durch modernste eGovernment-Anwendungen ergänzt wird. Mittlerweile können Bewohner und Besucher der Stadt an vier behindertengerecht ausgestatteten Standorten Informationen abrufen und E-Mails versenden. Das kostenlose Angebot, die eigene Trauung per Webcam in Echtzeit ins Netz zu stellen, ist darüber hinaus ein erfolgreicher Anreiz, um viele Besucher auch in die virtuelle Stadt Düsseldorf zu locken. Ein weiteres Online-Plus: Düsseldorf wickelt als erste deutsche Kommune die Beschaffungsprozesse für das Büromaterial der gesamten Stadtverwaltung vollständig über Internet ab. Dort können nicht nur die Ausschreibungsunterlagen heruntergeladen werden. Erstmals haben auch die Zulieferfirmen die Möglichkeit, ihre Angebote dank der rechtlich verbindlichen elektronischen Unterschrift rechtssicher abzugeben. Die digitale Signatur erfolgt mittels einer so genannten Smart-Card, einer Chipkarte mit einem persönlichen Code.

Auch in Sachen elektronischer Demokratie wurden bereits wichtige Schritte unternommen: Die in der Kommunalverfassung vorgesehene Bürgerbeteiligung an Planungsverfahren im Bauleitverfahren ist bereits vom heimischen Sofa aus möglich. Zudem ist eine Überarbeitung des Webauftritts nach dem Lebenslagenmodell geplant, die dazu beitragen soll, das gut strukturierte Angebot noch nutzerfreundlicher zu gestalten.

5. Customer Relationship Management

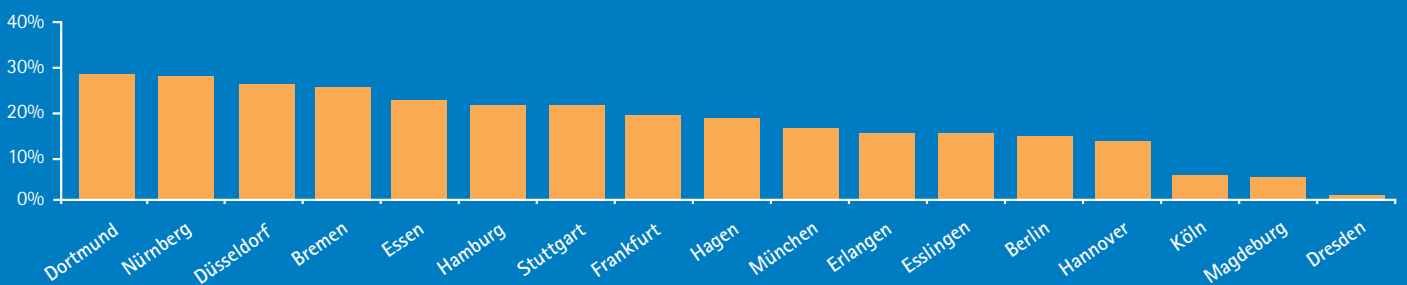
Sowohl der Bund als auch die Kommunen haben vorrangig in die Bereitstellung von Online-Dienstleistungen investiert, teilweise auch in deren Weiterentwicklung zu mehr Transaktionsfähigkeit. Wie auf Bundesebene wird auch in den Kommunen der Kundenorientierung und der Bereitstellung von maßgeschneiderten Services derzeit noch geringe Bedeutung zugemessen. Städtische Webauftritte sind noch zu selten auf unterschiedliche Lebenslagen zugeschnitten und immer noch analog zur Organisationsstruktur der Ämter aufgebaut. So muss man zum Beispiel, um den Behindertenparkausweis online zu finden, wissen, welche Behörde dafür zuständig ist. Zudem werden keine Daten über die Besucher der Webseiten gesammelt. Die von Accenture untersuchten Kommunen „kennen“ die Besucher ihrer Webseite nicht, die Dienstleistungen werden unabhängig von den individuellen Bedürfnissen der virtuellen Besucher angeboten. Dabei ließen sich Funktionalitäten zur Personalisierung relativ einfach durch Angaben zur Person des Nutzers einrichten – natürlich auf freiwilliger Basis.

Zielpublikum Unternehmen – und nicht der Bürger

Der Vergleich der Service-Reifen in Relation zum jeweiligen Zielpublikum zeigt: Unternehmen sind in den untersuchten Kommunen die eindeutig wichtigeren Kunden. Dahinter steht die Hoffnung, über diesen Kanal Investoren und innovative Jungunternehmer anzuziehen sowie auf die Attraktivität der Stadt als Standort aufmerksam zu machen. Frankfurt etwa bietet mit der Wirtschaftsinitiative unter www.wifrm.de einen Zugangspunkt zu Verwaltungskontakten.

Wirtschaftsförderung, Industrie- und Handelskammer sowie die regionale Wirtschaft stellen sich auf der Stadtseite vor. Zahlen und Fakten zum Wirtschaftsstandort Frankfurt runden das Bild ab.

CRM-Grad



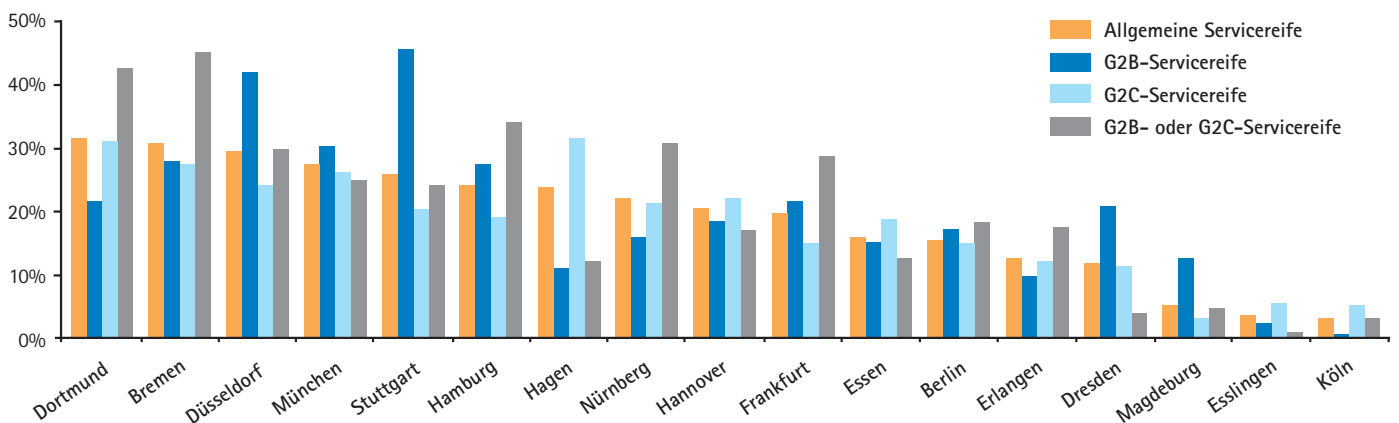


Ausblick

Ungenutztes Potenzial liegt bei eGovernment vor allem in den Interaktionsmöglichkeiten, die technisch einfach umzusetzen und darüber hinaus kostengünstig sind – Stichwort eDemokratie. In einigen Verwaltungsprozessen, etwa bei Bauplanungsvorhaben, ist in manchen Kommunen die Bürgerbeteiligung bereits vorgesehen. Sie könnte problemlos online verwirklicht werden und hätte eine größere Reichweite zur Folge. Noch viel zu wenig genutzt wird die Kontaktaufnahme mit dem Bürger über Online-Chats, Foren und Abstimmungen. Die internetbasierte Einbeziehung der Bürger in demokratische Verfahren ist dabei mehr als Spielerei, denn sie löst eine der zentralen Herausforderungen aller eGovernment Anwendungen: sie bringt die Bürger ins Netz. Auf

internationaler, nationaler sowie kommunaler Ebene zeigt sich zudem, dass Online-Dienstleistungen bisher nicht in ausreichenden Maße vermarktet werden. Dadurch wird die Chance vergeben, Bürger und Unternehmer durch gezielte Marketingmaßnahmen zu einer stärkeren Nutzung des Internet anzuregen.

Service-Reife in Bezug auf das Zielpublikum



Ansprechpartner_

Autoren

Holger Bill (Accenture)
Dr. Svenja Falk (Accenture)

Kontakt

Holger Bill (Geschäftsführer
Post & Public Services Deutschland)
Tel. +49 (0)30 8 90 47 40
holger.bill@accenture.com

Stefan Schneider (Geschäftsführer
Post & Public Services Deutschland)
Tel. +49 (0) 89 93 08 10
stefan.schneider@accenture.com

Sonja Fink (Media Relations)
Tel. +49 (0)6196 5 76 62 73
sonja.fink@accenture.com

Accenture

Accenture ist der weltweit führende Management- und Technologie-Dienstleister. Mit dem „Network of Businesses“, das die Beratungs- und Outsourcing-Expertise des Unternehmens durch strategische Allianzen, Beteiligungen und andere Leistungsbereiche erweitert, liefert Accenture innovative Lösungen, mit denen Kunden aller Branchen ihre Visionen schnell und erfolgreich umsetzen können. Mit mehr als 75.000 Mitarbeitern in 47 Ländern erwirtschaftete das Unternehmen im vergangenen Fiskaljahr (zum 31. August 2001) einen Nettoumsatz von 11,4 Milliarden US-Dollar. Die Internet-Adresse lautet www.accenture.de.

Deutschland

Frankfurt
Otto-Volger-Straße 15
D-65843 Sulzbach/Taunus

Düsseldorf
Kaistraße 20
D-40221 Düsseldorf

Ab August 2002:
Campus Kronberg
D-61476 Kronberg

Hamburg
Bleichenbrücke 10
D-20354 Hamburg

Berlin
Cicerostraße 21
D-10709 Berlin

München
Maximilianstraße 35
D-80539 München

Schweiz

Zürich
Fraumünsterstrasse 16
CH-8001 Zürich

www.accenture.com

www.accenture.de
www.accenture.ch
www.accenture.at

Österreich

Wien
Börsegebäude
Schottenring 16
A-1010 Wien



