

# Städte und Regionen im Internet

Holger Floeting

Viele Bereiche unseres Alltags sind mittlerweile mit dem Internet verwoben. Fast jeder zweite Bürger in Europa ist an elektronischen Dienstleistungen der Kommune interessiert, mehr als an **▶ Online-Reisebuchungen** oder Online-Jobangeboten und deutlich mehr als an elektronischen Bildungsangeboten, Produktinformationen oder Zeitungen (iwd 1999).

## Die Anfänge

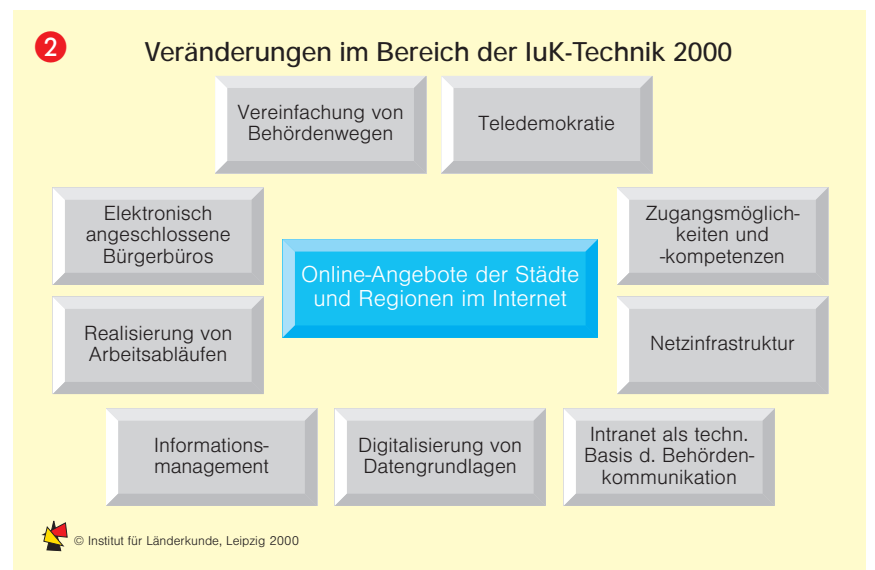
Die Präsenz im Internet ist für Städte und Regionen in kurzer Zeit zu einem wichtigen Thema geworden. **▶ Online-Angebote** gehören zu einer Reihe von Veränderungen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnik (IuK-Technik) der Kommunen. Seit 1995 gibt es Angebote der Städte und Bundesländer im Internet (Difu-Städteumfrage „Städte im Netz“, Sommer 2000). Länder, die der IuK-Technik insgesamt frühzeitig eine hohe Bedeutung beimäßen, waren meist auch selbst frühzeitig mit einem Online-Angebot im **▶ WWW** vertreten. Die meisten Internet-Angebote von Städten entstanden

1996 **4**. Vorreiter waren vor allem die größeren Städte. Schon 1997 sahen 86% der deutschen Städte in der Bereitstellung von elektronischen Stadtinformationen eine kommunale Aufgabe (FLOETING/GAEVERT 1997). Kommunale Online-Angebote entwickeln sich seitdem immer stärker von Informationsabruf-Angeboten zu universellen Kommunikations- und Transaktionsplattformen (BÜTOW/FLOETING 1999) **3**.

Zunächst gab es vor allem zahlreiche Angebote mit allgemeinen Informationen, spezialisierte Informationsbereiche waren kaum online zugänglich. Auch technisch waren die Angebote eher einfach: Interaktive Elemente fehlten. Heute bieten nahezu alle deutschen Städte in ihrem Online-Angebot eine Rückantwortmöglichkeit per **▶ E-Mail**, mehr als die Hälfte der Städte ermöglicht die direkte Recherche in Datenbanken, weitere 36% planen für die Zukunft solche Angebote **1**. Direkte Buchungsmöglichkeiten sind heute in rund 32% der Online-Angebote möglich. Vor allem die großen Städte bieten dies schon heute an.

## Der Weg zum virtuellen Rathaus

Seit Ende der 1990er Jahre bestimmen die Stichworte **▶ virtuelles Rathaus**, **▶ digitale Signatur**, regionaler elektronischer Marktplatz und **▶ Electronic Payment** die Internet-Diskussion in den Städten. In virtuellen Rathäusern im WWW werden kommunale Informationen und Dienstleistungen angeboten. Dabei werden z.B. Formulare bereitgestellt und z.T. ganze Antragsverfahren über das Netz abgewickelt. Innovative Online-Angebote kommen dabei nicht nur aus den großen Städten, auch wenn deren Angebote insgesamt weiter entwickelt sind. Gerade kleinere Kommunen nutzen die Möglichkeiten des Mediums. 46% der Städte bieten zur Zeit an, Formulare online abzurufen. Mit zunehmender Größe bieten die Städte häufiger diesen Service, und nahezu alle Städte, die heute noch nicht darüber verfügen, planen ihn. Die vollständige Online-Antragstellung ist heute schon in knapp 11% der Städte möglich. Auch hier sind die größeren Städte führend. Bei den Antragsverfahren handelt es sich zumeist um einfache Verfahren, die keiner besonderen Sicherheit und keiner persönlichen Unterschrift bedürfen. Die digitale Signatur als rechtsverbindliche Unterschrift in Online-Verfahren wird Mitte des Jahres 2000 von keiner Stadt genutzt, obwohl die bundesrechtlichen Voraussetzungen bereits längere Zeit bestehen. Geplant wird ihr Einsatz immerhin von rund 65% der Städte, auch hier wieder im Wesentli-



chen von den größeren Städten. Ein weiteres wichtiges Instrument zur Entwicklung städtischer Online-Angebote in Richtung **▶ transaktionsorientierter Portale** ist die Möglichkeit der elektronischen Bezahlung von Waren und Dienstleistungen. Electronic Payment ist bisher nur in rund 2% der Online-Angebote deutscher Städte möglich. Meist ist man noch auf Hilfskonstruktionen wie die Erteilung von Einzugsermächtigungen oder die Führung besonderer Konten angewiesen. Knapp 44% der Städte planen aber die Einführung von Electronic Payment.

Träger der Online-Angebote der Städte können öffentliche oder privatwirtschaftliche Einrichtungen oder öffentlich-private Kooperationspartner sein (BÜTOW/FLOETING 1998). Knapp 57% der deutschen Städte stellen ihre Online-Angebote alleinverantwortlich zur Verfügung, rund 36% greifen auf Kooperationspartner zurück. So entstehen die Hälfte der Online-Angebote der sehr großen Städte in Kooperation, bei den großen Städten sind es rund 31% und bei den mittelgroßen Städten rund 38%.

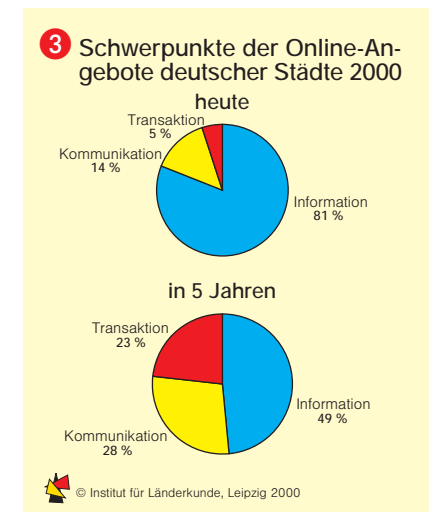
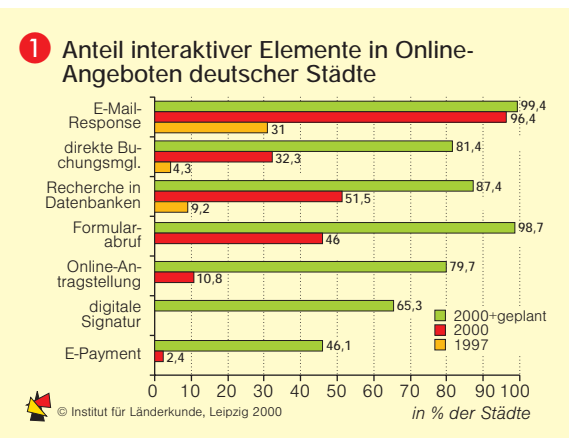
## Die Zukunft

Die Online-Angebote der deutschen Städte werden sich weiter in Richtung universeller lokaler und regionaler Informations-, Kommunikations- und Transaktionsportale entwickeln. Die Zahl der angebotenen Online-Dienste im Internet wird ebenso zunehmen wie deren Nutzung. Parallel dazu wird die Spezialisierung der Dienste weiter voranschreiten. Die Anwendungen werden mobil vom Handy aus nutzbar werden. Erste sinnvolle Pilotanwendungen sind jetzt bereits z.B. mit Fahrplanauskunft, Stadtplandiensten, Parkleitsystemen und Veranstaltungskalendern im Einsatz. Neue Möglichkeiten der Modellie-

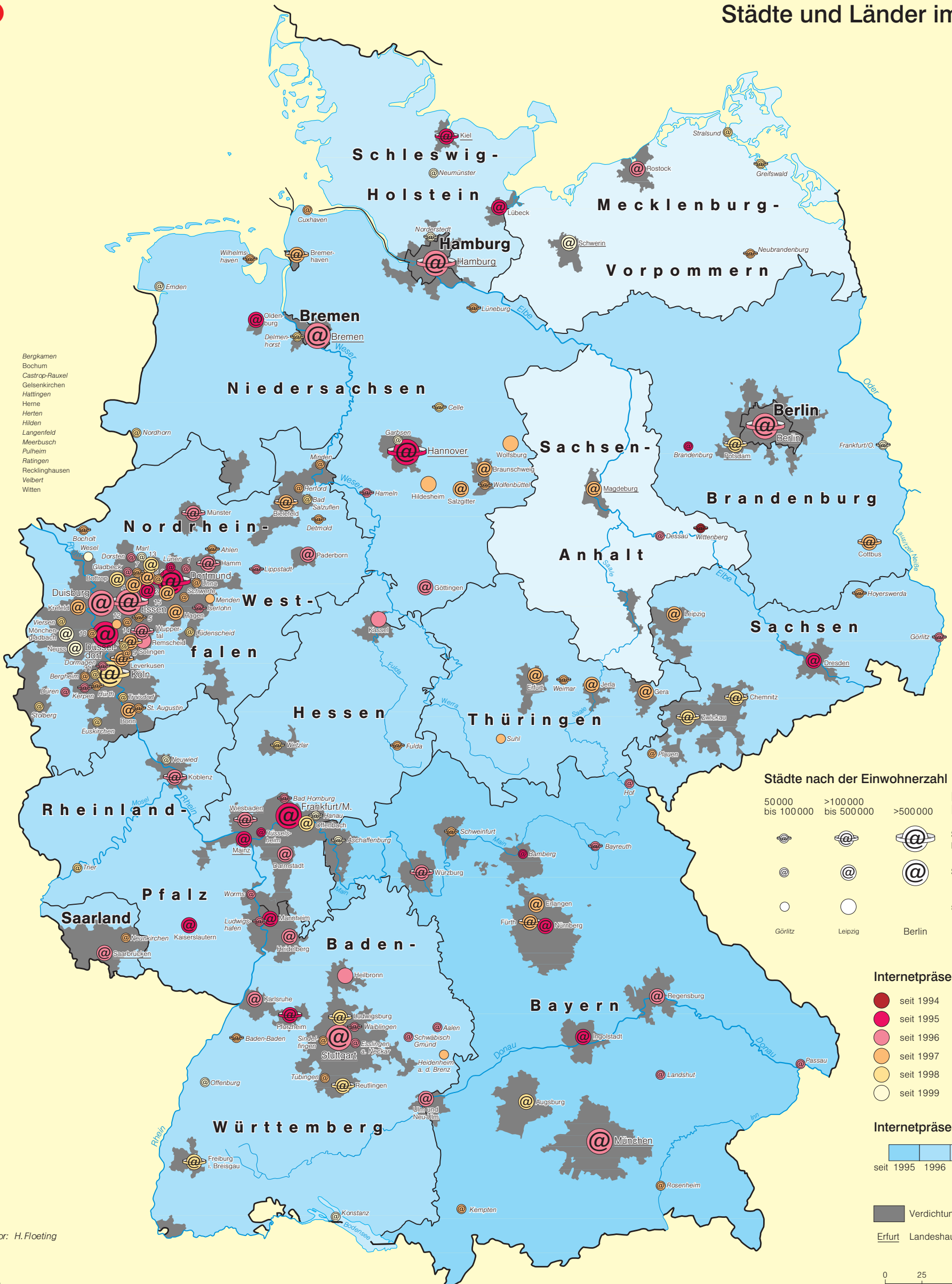
rung eigener virtueller Umgebungen werden sich in den Online-Angeboten der Städte und Regionen widerspiegeln. Auch hierfür gibt es erste Umsetzungsbeispiele: **▶ 3-D-Visualisierungen** bieten ganz neue Möglichkeiten für die Gestaltung virtueller Räume, sog. **▶ Push-Dienste** versorgen den Bürger als Kunden der Stadt mit Informationen, die sein spezifisches Nutzerprofil berücksichtigen, und intelligente Agenten werden zukünftig die Angebote gezielt nach spezifischen Informationen absuchen können.

Es bestehen viele Möglichkeiten für Städte und Regionen, das WWW gezielt zu nutzen, den virtuellen Raum mit dem materiellen Raum zu verknüpfen und damit die Informationsgesellschaft auch auf lokaler und regionaler Ebene zu fördern. Sie müssen ja nicht immer gleich direkte Auswirkungen auf die Landkarte haben, wie die Namensänderung der 360-Einwohnergemeinde Halfway in Oregon (USA), die seit Anfang des Jahres 2000 Half.com heißt. ♦

- digitale Signatur** – Unterschrift in einem elektronischen Dokument anstelle einer handschriftlichen Signatur
- Electronic Payment** – elektronische Bezahlung von Waren und Dienstleistungen
- E-Mail** – engl. electronic mail, elektronische Post
- IuK-Technik** – Informations- und Kommunikationstechnik
- online** – mit dem Internet verbunden
- Portal** – ein WWW-Angebot, das nach Inhalten strukturiert redaktionell aufbereitet ist und den Zugang zu anderen Angeboten ermöglicht
- Push-Dienste** – automatisierte Informationszustelldienste im Internet, im Gegensatz zum aktiven Abruf von Internetseiten
- Transaktion** – Folge von Datenbankoperationen, z.B. Bestell- oder Bezahlvorgänge
- virtuell** – nur im elektronischen Medium vorhandene Realität
- WWW** – engl. world wide web, weltweit zugänglicher Dienst des Internets
- 3-D-Visualisierung** – dreidimensionale Veranschaulichung



- 1 Bergkamen
- 2 Bochum
- 3 Castrop-Rauxel
- 4 Gelsenkirchen
- 5 Hattingen
- 6 Herne
- 7 Herten
- 8 Hildén
- 9 Langenfeld
- 10 Meerbusch
- 11 Pulheim
- 12 Ratingen
- 13 Recklinghausen
- 14 Veibert
- 15 Witten



**Städte nach der Einwohnerzahl**

50 000 bis 100 000	>100 000 bis 500 000	>500 000
--------------------	----------------------	----------

**Betreiber des Internetangebots**

			Stadt mit Kooperationspartner
			Stadt
			sonstige
			Görlitz Leipzig Berlin

**Internetpräsenz der Städte**

- seit 1994
- seit 1995
- seit 1996
- seit 1997
- seit 1998
- seit 1999

**Internetpräsenz der Länder**

seit 1995	1996	1997	1998

Verdichtungsraum  
 Erfurt Landeshauptstadt

Autor: H.Floeting