

## **Städte und Gemeinden im Internet - Schritte zur kommunalen Homepage -**

### **1. Einleitung**

Das weltumspannende Informations- und Kommunikationssystem des Internets bietet den Städten und Gemeinden nicht nur die Nutzung von Millionen an Informationsseiten und unterschiedlichen elektronischen Kommunikationsformen für verwaltungsinterne Zwecke, sondern auch die Möglichkeit, im World Wide Web (WWW), dem grafisch orientierten Teildienst des Internets, eigene städtische Internetseiten als sogenannte Homepage anzubieten.

Von dieser Möglichkeit machen inzwischen fast alle Großstädte der Bundesrepublik und auch eine wachsende Zahl kleinerer Kommunen Gebrauch, wenn auch bei diesen immer noch eine große Unsicherheit und Zurückhaltung erkennbar ist.

Die wesentlichen Unterschiede eines städtischen Internetangebotes gegenüber den herkömmlichen gedruckten Informationsmaterialien liegen in dem fast unbeschränkten Informationsumfang bei gleichzeitiger Übersichtlichkeit, in der jederzeitigen Aktualisierungsmöglichkeit der Informationen sowie in dem Einsatz interaktiver und kommunikativer Elemente wie direktem Nachrichtenaustausch, Erleichterung von Verwaltungsverfahren und zugleich neuartigem Artikulationsforum für bürgerschaftliche, kulturelle und soziale Interessen.

Bei den Homepages zahlreicher Städte ist allerdings festzustellen, daß die Möglichkeiten und Vorzüge des neuen Mediums gar nicht oder nur sehr unvollständig genutzt werden.

Der folgende Beitrag will für die Erstellung des kommunalen Internetangebotes kleiner und mittlerer Städte und Gemeinden aus der Sicht der Verwaltungspraxis einige Hinweise geben. Er beruht auf den Erfahrungen der Stadt Bergkamen, einer Mittelstadt mit knapp 53.000 Einwohnern im Kreis Unna, NRW, bei der Einrichtung einer städtischen Homepage Mitte 1996.

### **2. Vorbereitung der Internetpräsenz**

#### **Rolle der Verwaltungsspitze**

Entscheidend für den Erfolg des Aufbaus einer kommunalen Internetpräsenz ist die Haltung der Verwaltungsspitze. Da bei einem ernstgemeinten Engagement im Internet Kosten und Personalaufwand entstehen und zudem die verschiedenen Fachbereiche der Stadtverwaltung zur inhaltlichen Ausgestaltung der Internetseiten beitragen müssen, ist die Unterstützung und der kontinuierliche Rückhalt durch die Verwaltungsführung letztlich unverzichtbar.

Dies dürfte leichter fallen, wenn sich die Erkenntnis durchsetzt, daß das Internet nicht nur eine vorübergehende Modeerscheinung ist, sondern auf Dauer eine Ergänzung bzw. Ersetzung der bisherigen Informations- und Kommunikationsmedien darstellt, und daß eine städtische Homepage nicht zu einem im Trend liegenden Nachweis für eine innovative und moderne Verwaltung dient, sondern nachhaltig zu einer wirksamen Verbesserung des Bürgerservices und der Tourismus- und Wirtschaftsförderung eingesetzt werden kann.

#### **Verwaltungsinterne Vorbereitungsgruppe**

Zur Vorbereitung der Realisierung der kommunalen Internetpräsenz sollte von der Verwaltungsführung der Kommune eine einzelne Mitarbeiterin oder Mitarbeiter als „Internetbeauftragter“ oder besser noch

eine kleine „Internet-Arbeitsgruppe“ eingesetzt werden, die die unterschiedlichen Möglichkeiten abzuklären und ein Konzept, gegebenenfalls mit Entscheidungsalternativen, vorzulegen hat. In Betracht für die Berufung in die Arbeitsgruppe kommen dabei insbesondere die Bereiche Datenverarbeitung, Wirtschaftsförderung und Öffentlichkeitsarbeit. Andere Fachämter des Hauses sollten je nach inhaltlichem Bedarf zuarbeiten. Die Mitglieder des Vorbereitungsteams sollten bereits Erfahrung im Umgang mit Online-Diensten oder dem Internet haben; zumindest muß eine Offenheit gegenüber den neuen elektronischen Medien vorhanden sein.

### **Informationsbeschaffung**

Neben der Möglichkeit des interkommunalen Erfahrungsaustausches mit Städten, die bereits eine Homepage realisiert haben, finden sich allgemeine Informationen zu einem eigenen Internetangebot regelmäßig in EDV-Fachzeitschriften sowie im Internet selbst. Bei einer Eingabe des Schlagwortes „Internet“ in die bekannten Suchmaschinen Yahoo! unter <http://www.yahoo.de> oder Web.De unter <http://web.de> findet man eine Fülle weiterführender Hinweise. Nutzbringend ist auch die Analyse der Angebotsinhalte und der Gestaltung von Homepages anderer Städte. Eine Zusammenstellung bereits vorhandener deutscher Städte Seiten erreicht man u.a. über die Katalog-Übersichten der genannten Suchmaschinen. Homepage-Übersichten finden sich ebenfalls bei Kommon, der gemeinsamen Homepage der kommunalen Spitzenverbände, unter <http://www.kommon.de> und bei dem Forum Kommunal Online unter <http://www.kommunal-online.de>. Zumindest bei Großstädten lässt sich auch normalerweise die Internetseite direkt nach dem Schema <http://www.stadtname.de> aufrufen.

### **Internetzugang**

Die Nutzung der Informationen aus dem Internet setzt natürlich voraus, daß die Stadt bereits über einen eigenen Internetzugang verfügt. Dazu ist technisch lediglich ein PC, ein Telefonanschluß sowie ein Modem oder eine ISDN-Karte - Kostenpunkt jeweils ab ca. 200,- DM - zur Verbindung zwischen Rechner und Telefonbuchse erforderlich. Soweit noch keine nähere Erfahrung mit den neuen Medien besteht, empfiehlt sich für den ersten Internetzugang nicht der Weg über einen der Internet-Provider - Monatskosten ab ca. 40,- DM -, sondern die Mitgliedschaft in einem der Online-Dienste, da in den Diensten entsprechende Anleitungen und Hilfestellungen für die Nutzung des Internets zur Verfügung stehen. Die erforderliche Zugangssoftware, insbesondere der für die Internetnutzung unverzichtbare Browser wie der Netscape Navigator oder der MS Internet Explorer, wird von dem jeweiligen Dienst kostenfrei bereitgestellt. Kostenlose Probeabonnements finden sich auch regelmäßig auf CD-Beilagen zu EDV-Zeitschriften.

Der größte bundesdeutsche Online-Dienst ist das Telekom-Unternehmen T-Online - das frühere BTX/DatexJ - mit z.Z. 1,8 Mio Mitgliedern. Daneben existieren die aus den USA stammenden, weltweit vertretenen Dienste CompuServe (CSi), America Online (AOL) und als jüngster Dienst das Microsoft Network (MSN). T-Online ist bundesweit zum Citytarif erreichbar; CompuServe, AOL und MSN unterhalten in der Bundesrepublik ebenfalls zahlreiche Einwählknoten, so daß auch bei diesen Diensten weitgehend keine teuren Telefongebühren für Ferngespräche anfallen. Jedes Mitglied eines Online-Dienstes hat eine eigene E-Mail-Adresse und einen Internetzugang.

Die Kosten der Mitgliedschaft betragen monatlich bei T-Online 8,- DM, zuzüglich einer Zeitgebühr tagsüber von 4,80 DM pro Nutzungsstunde, bei AOL 9,90 DM, bei zwei Freistunden und danach 6,- DM/pro Std. und bei CompuServe ca. 17,- DM (Abrechnung auf Dollarbasis), bei fünf Freistunden und danach ca. 5,- DM/pro Std. MSN bietet einen Zugang ohne Zeitbeschränkung für monatlich 49,- DM.

### **Einzelplatz oder Intranet**

Eine vollständige Ausnutzung der Informationsangebote und der Kommunikationsmöglichkeiten des Internets unter Einbeziehung des verwaltungsinternen Kommunikationssystems setzt technisch voraus, daß der Rechner, der die Verbindung mit dem Internet herstellt, mit dem hausinternen Netzwerk verbunden ist, so daß letztlich jeder Arbeitsplatz direkt erreichbar wird. Dies gelingt am einfachsten, wenn das lokale Netzwerk als Intranet gestaltet wird, d.h. nach den gleichen Prinzipien wie das Internet selbst aufgebaut ist. Die Verbindung lässt sich aber auch mit anderen Arten lokaler Netze herstellen.

Für den ersten Einstieg einer Kommune in die Internetnutzung ist die Einzelplatz-Lösung zu empfehlen, um aufwendige Sicherheitsvorkehrungen wie Proxy-Server und Firewalls zunächst zu vermeiden. Der Internetzugang sollte aber für die Fachämter des Hauses zugänglich sein, um Erfahrungen mit dem neuen Medium sammeln zu können.

### **Einbindung der Politik**

Soweit nicht die in einer Kommune bestehenden Wertgrenzen überschritten werden, dürfte die Entscheidung für eine städtische Internetpräsenz als einfaches Geschäft der laufenden Verwaltung anzusehen sein, entsprechend der Herausgabe einer neuen Informationsbroschüre o.ä.. Dennoch sollten die politischen Gremien der Gemeinde frühzeitig in Kenntnis gesetzt werden, schon allein, um bereits im Vorfeld die Öffentlichkeit auf das kommende Angebot vorzubereiten. Dieser Schritt sollte allerdings erst dann unternommen werden, wenn wenigstens die Grundzüge des künftigen Internetangebots verwaltungsintern geklärt sind.

## **3. Alternativen für die kommunale Internetpräsenz**

### **Gastauftritt**

Die einfachste Art für eine Kommune, sich im Internet zu präsentieren, bietet sich über lokal bereits vorhandene Internetseiten einer Tageszeitung, der Kreisverwaltung, der IHK, einer Schule, eines Vereins, o.ä. Die meisten dieser Stellen dürften bereit sein, Informationen über die Gemeinde kostenlos aufzunehmen. Diese Art von Internetpräsenz beschränkt sich dann zumeist auf ein oder zwei Seiten mit einigen Angaben zur Gemeinde, einer Stadtansicht und vielleicht noch den Öffnungszeiten des Rathauses; also im Grunde nichts anderes als eine Wiederholung der gedruckten Kurz-Info-Blättchen einer Stadt. Damit werden die Vorteile des neuen Mediums Internet nicht im geringsten ausgenutzt. Allerdings ist für diese Art der Internetpräsenz noch nicht einmal ein eigener städtischer Internetzugang erforderlich.

### **Marketing-Agenturen**

Umfangreichere Stadtinformationen lassen sich über die Angebote kommerzieller Marketingagenturen erreichen. Soweit diese sich - vergleichbar den gedruckten Bürgerinformationsbroschüren - über Werbeinserate finanzieren, ist die Internetpräsenz für die Kommune ganz oder weitgehend kostenlos. Allerdings gibt es auch hierbei im Normalfall nicht die Möglichkeit, die eigenen Informationsseiten regelmäßig selbst zu aktualisieren und zu erweitern. Ebensowenig lassen sich normalerweise interaktive und kommunikative Elemente, wie z.B. eine direkte Erreichbarkeit der Kommune über E-Mail, einbeziehen.

### **Online-Dienste**

Eine weitergehende Art stellt die von den großen Online-Diensten ihren Mitgliedern eingeräumte Möglichkeit dar, ein eigenes Angebot in das Internet einzustellen. Bis auf MSN ermöglichen die Online-Dienste im Rahmen der Mitgliedschaft die Einrichtung einer eigenen Homepage, die dann weltweit für jeden im Internet erreichbar ist. Dies gilt auch für Kommunen, von den eine ganze Reihe von dieser Möglichkeit Gebrauch machen; so auch Bergkamen in einer Testphase bis Ende 1996 über AOL. Entsprechende kostenlose Software für die Erstellung der Seiten und Hilfestellung wird in den Diensten angeboten. Zusatzkosten für eine eingerichtete Homepage fallen neben der Mitgliedsgebühr nicht an. Über die Homepage in einem Online-Dienst lassen sich durchaus ansprechende und umfassende Stadtinformationen, incl. Fotos, Grafiken und E-Mail-Versand, erstellen und regelmäßig aktualisieren. Gewisse Nachteile eines Internetangebotes über einen der Online-Dienste liegen darin, daß, bis auf den E-Mail-Kontakt, die kommunikativen Möglichkeiten des Internets nicht voll nutzbar, bestimmte Darstellungsformen, wie z.B. eigene interaktive Formulare, nicht möglich und die zur Verfügung gestellten Speicherkapazitäten begrenzt sind (wenn auch für ein durchschnittliches städtisches Angebot anfänglich absolut ausreichend). Auch die Internetadresse wirkt wenig einprägsam, beispielsweise bei T-Online „<http://home.t-online.de/home/stadtname/>“ statt „<http://www.stadtname.de/>“.

## **Bürgernetze**

Regional existieren auch vereinzelt gemeinnützige Fördervereine und Bürgernetze, die einen kostenlosen oder verbilligten Internetzugang und eine Internetpräsenzmöglichkeit sowie Hilfestellungen anbieten. Eine Übersicht zu den vorhandenen Bürgernetzen mit der Möglichkeit weiteren Informationsabrufes und der Kontaktaufnahme findet sich beim Bürgernetz-Dachverband unter <http://www.buerger.net/>.

## **Kooperationsmodelle**

Die Kommune muß nicht unbedingt den Ehrgeiz haben, das gesamte Internetangebot alleine zu verantworten. Kooperationsformen unterschiedlicher Art sind vorstellbar mit Verkehrsverein, Tourismusbüro, Stadtwerke, Werbering u.ä. Eine Kooperation ist auch denkbar, falls schon aufgrund einer Privatiniziative, etwa durch eine Schule, ein Stadtmagazin oder einen Verein, eine „städtische“ Homepage im Internet existiert. Die Kommune sollte aber bei Kooperationsmodellen darauf achten, daß sie selbst den unmittelbaren Zugriff auf die von ihr bereitgestellten Informationen behält und auch direkt über E-Mail für die Nutzerinnen und Nutzer erreichbar ist.

## **Internet-Provider**

Die gängigste Art der Internetpräsenz erfolgt über einen der kommerziellen Internet-Provider. Es gibt zahlreiche lokal oder bundesweit operierende Internetdienstanbieter (ISP - Internet Service Provider), wie UUnet, XLink, Nacamar, Netsurf und andere. Einige Provider ermöglichen nur den reinen Internetzugang, andere bieten auch einen zusätzlichen Informationsdienst oder die Möglichkeit für den Kunden, ein eigenes Internetangebot einzurichten. Zudem erhält der Kunde bei vielen Providern mehrere E-Mail-Adressen, die dann betriebsintern unterschiedlichen Personen oder Stellen zugeordnet werden können.

Monatsgebühren, eventuelle Zusatzkosten, volumenabhängige Transferkosten, Anzahl der zur Verfügung gestellten E-Mail-Adressen, Umfang der Serviceleistungen und technische Ausstattung für Erreichbarkeit und Übertragungsgeschwindigkeit sind bei den einzelnen Providern äußerst unterschiedlich ausgestaltet. Übersichten und Leistungsvergleiche der mehr als 250 Internet-Provider werden regelmäßig in EDV-Fachzeitschriften wie c't, PC Professionell, PC Praxis u.a. veröffentlicht. Im Internet selbst finden sich entsprechende aktuelle Verzeichnisse und Vergleiche u.a. bei Focus unter <http://netguide.de/> und bei CiS unter <http://entry.de/>.

Über den jeweiligen Provider wird auch der eigene Stadtnname als weltweit geschützter Domainname für die übliche Internet-Adresse „<http://www.stadtnname.de/>“ registriert. Die laufenden Kosten dafür liegen je nach Provider bei ca. 10,- bis 40,- DM monatlich. Der Domainname kann auch bei einem Providerwechsel behalten werden. Ob der eigene Stadtnname noch frei ist, läßt sich vorab über DeNIC, dem Deutschen Network Information Center, unter <http://www.nic.de/> erfragen.

## **Web-Hosting-Services**

Reine Internet-Präsenz-Provider oder Web-Hosting-Services, d.h. Anbieter, die keinen Internetzugang, sondern nur Platz für ein Internetangebot des Kunden auf dem Rechner des Providers vermieten, lassen sich auch auffinden, wenn man in den genannten Internet-Suchmaschinen Yahoo! oder Web.De das Stichwort „Internet“ eingibt und danach unter Begriffen wie Web-Hosting, Internet-Services u.ä.. weitersucht. Die Kosten für die Internetpräsenz bei diesen Providern beginnen in der Regel für Unternehmen und Kommunen bei ca. 100,- DM monatlich. Die Stadt Bergkamen realisiert ihr Angebot seit Anfang 1997 über einen derartigen Web-Hosting-Service. Für 50 MB Speicherplatz und die üblichen Zusatzleistungen fällt eine Mietgebühr von monatlich 149,- DM an. Die Registrierung des Domainnamens „bergkamen.de“ kostet 15,- DM im Monat.

Bei einem Internetangebot über einen der Internetprovider lassen sich fast alle informativen und kommunikativen Möglichkeiten des Internets nutzen. Lediglich die direkte Verknüpfung mit hauseigenen Datenbanken ist nicht möglich. Allerdings bieten eine Reihe von Providern die Möglichkeit, eine mit der Homepage verbundene Datenbank auf dem Server des Providers einzurichten. Die regelmäßige

Aktualisierung umfangreicherer Datenbestände ist über eine verknüpfte Datenbank leichter durchzuführen, als direkt in den Seiten der Homepage.

### **Städtischer Web-Server**

Die weitestgehende und umfassendste Art des Internetzuganges und der Internetpräsenz besteht in der Einrichtung eines eigenen städtischen Webservers, d.h. eines Rechners der Stadt, der über eine Standleitung zu einem Internet-Zugangsknoten dauerhafter Teil des Internets ist. Diese Möglichkeit dürfte schon wegen der nicht unerheblichen Kosten insbesondere für die Standleitung - je nach Einzelfall ab ca. 2000,- DM monatlich - wohl nur für wenige Kommunen in Betracht kommen.

## **4. Erstellung, Pflege und Gestaltung der Internetseiten**

### **Eigenerstellung**

Verwaltungsintern abzuklären ist, ob das Internetangebot mit eigenen Dienstkräften erstellt werden kann.

Daß dies nicht unmöglich ist, zeigen die vielen, zum Teil hervorragend gestalteten, Homepages der privaten Mitglieder der Online-Dienste. Dieser Weg wird auch von Bergkamen beschritten, bislang ohne zusätzliches Personal.

Es ist heute nicht mehr erforderlich, die Regeln für HTML (Hypertext Markup Language), die besondere Seitendarstellung des WWW, vollständig zu beherrschen, da es zahlreiche Softwareprogramme gibt, die die entsprechenden „Übersetzungsarbeiten“ übernehmen. Weitere Anleitungen, Anregungen und Hinweise für die Anfertigung und Gestaltung von Internetseiten finden sich in Fachbüchern, EDV-Zeitschriften und im Internet selbst, z.B. im Hypertext-Informationszentrum unter <http://www.hiz.de/>. Zahlreiche Tips und Tricks sind auch in der Internet-Rubrik von [Kostenlos.De](http://www.kostenlos.de/internet/) unter <http://www.kostenlos.de/internet/> aufgeführt.

### **Drittvergabe**

Sollte die eigene Personalkapazität für die Seitenerstellung nicht ausreichen, und bietet sich auch keine Hilfestellung durch eine Schule oder einen privaten Verein an, ist eine der inzwischen zahlreichen Dienstleistungsfirmen, häufig mit der Bezeichnung Web-Design-Service o.ä., zu beauftragen. Zum Teil bieten auch die Internet-Provider einen derartigen Service als Zusatzleistung an. Die Kosten für die erstmalige Erstellung schwanken je nach Umfang der Seiten und besonderen Präsentationswünschen zwischen 500,- DM und 15.000,- DM aufwärts. Zum Teil kommen laufende Pflegekosten hinzu.

Inzwischen gibt es auch ein speziell an Kommunen gerichtetes Angebot von Media local (<http://www.media-local.de/>), das zusammen mit dem Städte- und Gemeindebund NRW entwickelt wurde. Ein kritischer Preis- und Leistungsvergleich sollte dennoch auch bei diesem Angebot erfolgen. Wenn der Weg einer externen Vergabe gewählt wird, sollte allerdings wenigstens Wert darauf gelegt werden, daß die zwingend notwendigen Aktualisierungen, wie z.B. von städtischen Veranstaltungshinweisen, Terminübersichten etc., durch die Stadt selbst durchgeführt werden können.

### **Pflege und Weiterentwicklung**

Auch die verwaltungsinterne Zuständigkeit für den weiteren Ausbau sowie die regelmäßige Pflege und Aktualisierung des Angebotes ist festzulegen. Dies kann entweder zentral, z.B. im Presse- und Öffentlichkeitsamt, oder dezentral in den Fachbereiche erfolgen. In Bergkamen liegt die inhaltliche Verantwortung im Sachgebiet Öffentlichkeitsarbeit, die technische Umsetzung bei der ADV-Abteilung. Eine zentrale Zuständigkeit erleichtert die Sicherstellung eines einheitlichen Erscheinungsbildes der Seiten und einer systematischen Weiterentwicklung. Eine dezentrale Lösung erhöht die Motivation der jeweiligen Fachbereiche, „ihre“ Internetseiten auf dem laufenden zu halten und zu verbessern.

Der Personalaufwand für die notwendige ständige Aktualisierung sollte dabei nicht unterschätzt werden. In Bergkamen ist bei dem geplanten weiteren Ausbau des Angebots mittelfristig von einem Personalmehrbedarf von einer halben Sachbearbeiterstelle auszugehen.

Für die Veränderung reiner Textbestandteile reicht allerdings eine entsprechend angeleitete Schreibkraft aus.

### **Gestaltungsgrundsätze**

Bei der textlichen und grafischen Darstellung der Internetseiten sollten einige wesentliche Gestaltungsgrundsätze beachtet werden:

- *Orientierung*: Bereits auf der Startseite sollten die Hauptrubriken des Internetangebotes mit einer eindeutigen Kurzbezeichnung aufgeführt sein. Ebenso ist auf der Startseite ein Hinweis auf die letztmalige Aktualisierung und auf neue Inhalte im Angebot sinnvoll.
- *Benutzerführung*: Gliederungsrubriken in einem feststehenden Rahmen, Rücksprungmarken zum Seitenanfang und zurück zur nächsthöheren Gliederungsebene, Stichwortverzeichnisse und Schlagwort-Suchmaschinen erleichtern das Zurechtfinden und die Navigation im Angebot.
- *Lesbarkeit*: Grüne Schrift auf violettem Hintergrund mag avantgardistisch wirken, wird aber wohl von den meisten Nutzern als Zumutung empfunden. Seitenhintergrund, Farbwahl und Zeichensatz sind auf eine leicht lesbare Darstellungsform abzustimmen.
- *Ladegeschwindigkeit*: Fotos, Grafiken und Multimedia-Effekte (grafische Animationen, Audio- und Video-Clips, Live-Video-Übertragung usw.) können den Informationsgehalt und den optischen Reiz des Angebots erhöhen, erfordern aber auf Nutzerseite zum Teil spezielle Programme - sog. Plugins - und verlangsamen zudem drastisch die Geschwindigkeit, mit der die Seite auf den heimischen Rechner übertragen wird. Derartige Spezialeffekte sind also eher sparsam einzusetzen.
- *Nutzerbezogenheit*: Allgemein ist die sprachliche und grafische Gestaltung auf die angesprochene Nutzergruppe abzustimmen, d.h. Informationen für potentielle Investoren sind völlig anders zu gestalten als beispielsweise ein Bereich, der Kinder und Jugendliche ansprechen will.

## **5. Festlegung der kommunalen Zielsetzung**

### **Zielgruppe**

Eine wesentliche Vorüberlegung betrifft die Entscheidung, wer eigentlich die Haupt-Zielgruppe des städtischen Angebotes sein soll: die eigene Bürgerschaft, besondere Einwohnergruppen wie etwa Schüler oder Jugendliche der Kommune, gewerbliche Unternehmen der eigenen Stadt oder von außerhalb unter Wirtschaftsförderungsaspekten, private Auswärtige unter Tourismusgesichtspunkten bzw. als Interessenten für Wohngrundstücke oder alle Gruppen in gleicher Weise? Für die Anfangszeit einer kommunalen Internetpräsenz ist eine Schwerpunktsetzung empfehlenswert.

Soweit in einer Gemeinde auch für das Ausland interessante touristische Attraktionen oder Gewerbegebiete existieren, ist ein paralleles fremdsprachiges Informationsangebot in Erwägung zu ziehen.

### **Extranet**

Ein Internetangebot bietet auch die Möglichkeit, über ein gesondertes Zugangskennwort bestimmte Bereiche lediglich für eine geschlossene Benutzergruppe zugänglich zu machen; ein solcher abgeschlossener Bereich im Internet wird als Extranet bezeichnet. Dies ist sinnvoll, um auch Informationen mit nichtöffentlichem Inhalt zur Verfügung stellen zu können, z.B. nur für Verwaltungsmitarbeiter oder für Ratsmitglieder bzw. Fraktionsangehörige im Sinne eines Internet-Ratsinformationssystems.

### **Zentrale Plattform**

Zu klären ist auch, ob in die Homepage nur Informationen der Stadt aufgenommen werden sollen, oder ob gleichzeitig auch Gewerbetreibenden, Vereinen, gemeinnützigen Organisationen etc. die städtischen Seiten als zentrale Plattform für selbst gestaltete Darstellungs- und Informationsmöglichkeiten angeboten werden soll. Der Aufwand für die Schaffung und Pflege eines derartigen „virtuellen Marktplatzes“ ist naturgemäß deutlich höher.

## **Zielorientierte Umsetzung**

Abhängig von der gewählten Zielsetzung ist der beabsichtigte Umfang, die Informationsinhalte und die Kommunikationsangebote der Internetseiten zu bestimmen.

Dabei dürfte sich in den meisten Fällen ein schrittweiser Ausbau des Angebots anbieten. Öffentlich zugänglich machen sollte die Kommune ihre Homepage allerdings erst dann, wenn auch tatsächlich wesentliche Informationsinhalte abrufbar sind. Mehrere Gliederungspunkte, die lediglich zu leeren Seiten mit dem Hinweis „Under Construction“ führen, sind eher abschreckend. Auch bei kommerziellen Internetangeboten ist im übrigen zu beobachten, daß diese in regelmäßigen Abständen komplett neu gestaltet und erweitert werden.

## **6. Angebotsinhalte**

Städtische Internetseiten können in umfassender Form ein elektronisches Auskunfts-, Kommunikations- und Interaktionssystem für die eigene Bürgerschaft und für Dritte bereitstellen.

### **Informationsangebote**

An Informationsangeboten im Internet kommen alle Informationen in Betracht, die bereits jetzt von der Kommune in gedruckter Form herausgegeben werden, wie Neubürger-Broschüre, Wirtschaftsförderungshandbuch, Umweltkalender, VHS-, Sport- und Kulturprogramm, Veranstaltungskalender, Terminübersichten, Amtsblatt, Stadtmagazin, städtische Ausschreibungen, öffentliche Ausschuß- und Ratsvorlagen, aktuelle Presseinformationen usw. Eine Grenze für den Umfang der bereitgestellten Informationen bildet nicht die Technik, sondern allenfalls der für Aktualisierung und Pflege notwendige Verwaltungsaufwand.

Die Auswahl und Aufbereitung der Informationen hat sich entsprechend der technischen Darstellungsmöglichkeiten des Internets an den Interessen und dem Bedarf der angesprochenen Nutzerinnen und Nutzer auszurichten.

Für umfangreichere Texte und Grafiken ist in Erwägung zu ziehen, neben oder anstelle der Online-Information auch die Möglichkeit für einen Download als Text- bzw. Bilddatei anzubieten.

### **Aufnahme von Dritt-Informationen**

Zu klären ist ferner, welche Internetangebote von Dritten als Links in die eigenen Seiten aufgenommen werden sollen, um die städtischen Informationen gezielt sinnvoll zu ergänzen. Verknüpfungen sind denkbar mit passenden Informationsseiten von Kreisverwaltung, IHK, Arbeitsamt, Schulen, Lokalzeitung, Wirtschaftsförderungsgesellschaft, Vereinen, ÖPNV-Fahrplänen, Reservierungsservices von Hotels, Veranstaltungsangeboten Dritter usw. Da die Rechtslage noch nicht geklärt ist, sollte vorsichtshalber vor der Aufnahme eines Links auf eine externe Stelle bei dieser nachgefragt werden, ob Bedenken bestehen.

### **Kommunikationsangebote**

Mögliche Formen der Kommunikation und Interaktion mit den Bürgerinnen und Bürgern oder innerhalb der Bürgerschaft sind:

- *E-Mail*: Als unabdingbares Minimum an Kommunikationsmöglichkeit ist in das Internetangebot zumindest die städtische E-Mail-Adresse aufzunehmen, mit der Möglichkeit, direkt aus dem Angebot heraus eine elektronische Nachricht an die Stadt zu schicken.
- *Formulare*: E-Mail-Versand, Anforderung von Broschüren und Info-Material usw. wird durch den Einsatz von Online-Formularen leichter handhabbar.
- *Gästebuch*: Eine elektronische Pinnwand, in die Kritik, Lob und Anregungen zur Homepage eingetragen werden können und die von allen nachfolgenden Nutzern öffentlich zu lesen ist.
- *Anschriftenservice*: Ein interaktives Verzeichnis, in das private E-Mail-Adressen und Homepages von städtischen Einwohnern selbstständig eingetragen werden können.

- *Ankündigungsservice*: Ein interaktiver Veranstaltungskalender, in dem Vereine und Organisationen selbstständig ihre Termine und Veranstaltungen veröffentlichen können.
- *Kleinanzeigen*: Ein Bereich, in dem private Kleinanzeigen kostenlos online veröffentlicht werden können. Dies bietet etwa die Stadt Bremen unter <http://www.bremen.de/> in ihren Schwarzen Brettern an. Problematisch könnte dabei die Konkurrenz zu einem entsprechenden kostenpflichtigen Online-Angebot einer Tageszeitung oder eines Werbeblattes sein.
- *Newsletter*: Ein regelmäßiger städtischer Nachrichtendienst, der über E-Mail an Interessierte Neuigkeiten und wichtige Informationen aus der Stadt übermittelt, so z.B. durch die Stadt Wiesbaden unter <http://www.wiesbaden.de/>.
- *Diskussionsforen*: Einrichtung von öffentlichen Diskussionsbereichen in Form „Schwarzer Bretter“ zu in der Stadt allgemein interessierenden Fragen oder zu aktuellen städtischen Problemen, Planungsabsichten, größeren Einzelvorhaben etc. Beispiele für derartige elektronische Schwarze Bretter finden sich bei der Stadt Bremen.
- *Chat-Bereiche*: Angebot von Chat-Räumen, in denen ein direktes Online-“Gespräch“ - mittels Tastatur und Bildschirm - zwischen den zeitgleich anwesenden Nutzern zu unterschiedlichen Themen möglich ist. Ein derartiges Angebot findet sich regelmäßig bei der Stadt Münster unter <http://www.muenster.de/>. Hauptinteressengruppe für diese Art elektronischer Live-Kommunikation dürften Jugendliche sein.

## **Verwaltungsangelegenheiten**

- *Hoheitliche Verwaltungsverfahren*: Für die Erledigung von hoheitlichen Verwaltungsverfahren ist eine eigenhändige Unterschrift bzw. die Feststellung der Identität einer Person oder der Authentizität einer Urkunde zwingend erforderlich. Diese Voraussetzungen bieten die Kommunikationsformen des Internets bislang nicht. Abhilfe soll hier das Gesetz zur Regelung der Rahmenbedingungen für Informations- und Kommunikationsdienste vom 22.07.1997 - BGBl. I, 1997, S. 1870 - (Informations- und Kommunikationsdienstegesetz - IuKDG ), kurz „Multimediagesetz“ genannt, schaffen. Durch ein noch zu entwickelndes Verfahren einer „digitalen Signatur“ soll die notwendige Identifizierungs- und Authentifizierungssicherheit erreicht werden.  
Ist das Problem der digitalen Signatur sowie der Datensicherheit bei der Übertragung erst einmal zufriedenstellend gelöst, bietet die städtische Homepage im Rahmen der kommunalen Verwaltungszuständigkeiten eine Fülle von Möglichkeiten, die Erledigung von Verwaltungsangelegenheiten für die Bürgerinnen und Bürgern zu erleichtern und zu beschleunigen. Bereits jetzt sind allerdings schon eine ganze Reihe anderer Angebote zur Verbesserung des Bürgerservices der Stadtverwaltung einsetzbar:
- *Verwaltungsverfahrensinformationen*: Informationen zu Öffnungszeiten, Anreiseweg, ÖPNV-Verbindungen, Ansprechpartner, Antragsvoraussetzungen, mitzubringende Unterlagen etc.
- *Vorverlagerte Verwaltung*: Online-Vorbereitung von Verwaltungsverfahren, d.h. elektronische Übertragung der erforderlichen Daten anhand von Online-Formularen, so daß in der Behörde nur noch die Unterschrift zu leisten ist, beispielsweise bei der Stadt Mannheim unter <http://www.mannheim.de/> für den Wohnungswechsel, die Bestellung von Abfallbehältern, Reservierung von Wunsch-Kfz-Kennzeichen und Online-Buchverlängerung für die städtische Bücherei. Umfangreichere Formulare können heruntergeladen und ausgedruckt werden, um sie bequem zu Hause ausfüllen zu können. Dies bietet z.B. der Kreis Soest, <http://www.kreis-soest.de/>, für Bauantragsformulare. Weitere Anwendungsfälle, um den Bürgerinnen und Bürgern unnötige Behördengänge zu ersparen, sind leicht vorstellbar.
- *Veranstaltungsservice*: Abfrage freier Plätze, Anmeldung, Reservierung und Buchung von städtischen Veranstaltungen, Kursen u.a. Dies wird beispielsweise von der Stadt Nürnberg, <http://www.nuernberg.de/>, für Kurse im städtischen Bildungszentrum angeboten. Bei der Stadt Dortmund können unter <http://www.dortmund.de/> Theaterkarten online reserviert werden.
- *Tele-Learning*: Online-Kurse der VHS, verbunden mit Internet-Diskussionsforen zum Erfahrungsaustausch u.ä.. Kommunale Beispiele sind dem Verfasser nicht bekannt. Angebote von akademischen Online-Kursen finden sich als „virtueller Studienplatz“ auf den Seiten der Fern-Universität Hagen unter <http://www.fernuni-hagen.de/>.

## 7. Ergänzende Fragen

### **Werbung und Verkauf**

Eine ergänzende Frage betrifft die Entscheidung, ob der eigene Kostenaufwand durch die Aufnahme von bezahlten Werbeanzeigen oder Werbelinks (sog. Bannerwerbung) minimiert werden soll. Gleichfalls ist zu prüfen, ob einzelne städtische Produkte, wie z.B. Publikationen, Kartenmaterial u.a., gegen Entgelt als „Teleshopping“ angeboten werden sollen. Der Abschluß nicht formgebundener privatrechtlicher Rechtsgeschäfte ist über das Internet unbestritten wirksam. Die Bezahlung kann über Vorauskasse, Rechnung, Lastschrift oder Kreditkarte erfolgen.

### **Internet-Café**

Ebenso ist zu überlegen, ob die Gemeinde - kostenlos oder gegen Benutzungsgebühr - öffentlich zugängliche PC-Plätze mit Internetnutzung einrichten will, z.B. in einer Büchereistelle, einem Begegnungszentrum, einem Jugendheim o.ä., vergleichbar den kommerziellen Internet-Cafés. Neben technischen und finanziellen Fragen ist dabei auch zu klären, wie Vandalismus verhindert und insbesondere wie der erforderliche Jugendschutz sichergestellt werden kann. Zwar existieren bereits elektronische Wächterprogramme, letztlich wird man aber ohne eine ständige Aufsicht nicht auskommen.

### **Erfolgskontrolle**

Gedacht werden muß auch an die Notwendigkeit einer gewissen Erfolgskontrolle der städtischen Internetpräsenz. Die einfachste Art ist ein automatischer Zähler auf der Startseite des Angebotes, der die Anzahl der Aufrufe dieser Seite fortlaufend registriert. Soweit das Angebot über einen Internet-Provider realisiert wurde, bietet dieser i.d.R. als Serviceleistung eine differenzierte Abrufstatistik der einzelnen Seiten an. In Bergkamen stieg der monatliche Abruf der Startseite von anfänglich ca. 250 auf z.Z. knapp 400. Das Hauptinteresse richtet sich in Bergkamen auf den aktuellen Veranstaltungskalender, die Verwaltungsverfahrensinformationen, die Foto-Galerie und das Gästebuch.

Weitere Rückmeldemöglichkeiten für Besucher der städtischen Homepage ergeben sich schon durch die Möglichkeit, aus dem Internetangebot heraus eine E-Mail an die Stadt zu schicken. Weitergehend kann in das Angebot ein Gästebuch integriert werden. Denkbar ist auch eine elektronische Meinungsbefragung der Besucher innerhalb des Internetangebotes oder ein Online-Wettbewerb zu Ergänzungs- und Verbesserungsvorschlägen.

### **Bekanntmachung der Homepage**

Ist das eigene Internetangebot letztlich fertiggestellt und im Internet erreichbar, ist es möglichst umfassend bekanntzumachen.

Dies geschieht auf örtlicher Ebene am Besten durch Pressevorführungen und wiederholte Pressemitteilungen unter Hinweis auf die städtische Internetadresse. Die Internetadresse und die E-Mail-Adresse der Stadt sind in die städtischen Briefbögen, Visitenkarten und alle gedruckten Veröffentlichungen aufzunehmen. Im Internet ist in allen Internet-Suchmaschinen die neue Adresse einzutragen. Eine Hilfestellung dazu bieten eine Reihe der Internet-Provider als Zusatzservice. Zusätzlich sind alle Stellen mit einem Internetangebot, das einen Hinweis auf die Stadt enthält, wie z.B. Kreisverwaltung, Lokalzeitung, IHK, Landesregierung, kommunale Spitzenverbände usw., zu bitten, einen Link auf die neue städtische Homepage zu setzen.

## 8. Fazit

In der Bundesrepublik wird die Anzahl der Personen, die eine Zugangsmöglichkeit zum Internet haben, auf etwa 4,5 bis 6 Millionen geschätzt. Die Prognosen für die weitere Entwicklung des Internets gehen von einem andauernden Wachstum aus. In ca. 10 bis 15 Jahren sollen etwa 80% der deutschen

Privathaushalte über einen Internetzugang verfügen. Zur Zeit ist das Internet sicher noch kein Massenmedium, es ist aber auf dem besten Weg dorthin. Ein zusätzlicher Schub dürfte sich ergeben, wenn die in der Entwicklung befindliche Verbindung von Fernsehanschluß und Internetzugang zur Marktreife gekommen ist.

Die deutschen Städte und Gemeinden sind gut beraten, sich frühzeitig mit den Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten des Internets konstruktiv auseinanderzusetzen, um den Anschluß an die rasante Entwicklung dieses völlig neuartigen elektronischen Mediums nicht zu verpassen.

## **1. Anhang / Einschub:**

### **Einige interessante Internetadressen:**

(Voranzustellen ist jeweils „http://“)

Forum Deutsches Recht	www.recht.de/
Humboldt Forum Recht	www.rewi.hu-berlin/HFR/
JusLine	www.jusline.de/
Marktplatz Recht	www.marktplatz-recht.de/
NJW-CoR - Computerreport online	www.beck.de/njw-cor/
Recht Online	www.recht-online.de/
Bundesregierung u. -ministerien	www.bundesregierung.de/
Hochschul-Bibliothekszentrum	www.hbz-nrw.de/
Statistisches Bundesamt	www.statistik-bund.de/
Umweltbundesamt	www.umweltbundesamt.de/
KommOn, kommunale Homepage	www.kommon.de/
Elke, Infos für u. über Kommunen	www.elke.com/
Kommunal-Online, Kommunalforum	www.kommunal-online.de/
Rat d. Gemeinden u. Regionen Europas	www.rgre.de/
Deutscher Städte- u. Gemeindebund	www.dstgb.de/
Deutscher Städtetag	www.staedtetag.de/
Verband kommunaler Unternehmen	www.vku.de/
difu - Deutsches Institut f. Urbanistik	www.difu.de/
KGSt - Kommunale Gemeinschaftsstelle	www.kgst.de/

## **2. Anhang / Einschub:**

Die Stadt Bergkamen ist im Internet unter der Adresse: „http://www.bergkamen.de/“ zu finden und mit der E-Mail-Adresse „info@bergkamen.de“ erreichbar.