

# Landeshauptstadt Magdeburg

## Stellungnahme der Verwaltung öffentlich

Stadtamt	Stellungnahme-Nr.	Datum
OB	S0086/11	12.04.2011
zum/zur		
A0022/11 FDP-Fraktion		
Bezeichnung		
Web2.0 - Nutzungskonzept erstellen		
Verteiler		Tag
Der Oberbürgermeister		19.04.2011
Finanz- und Grundstücksausschuss		04.05.2011
Verwaltungsausschuss		06.05.2011
Stadtrat		26.05.2011

### Stellungnahme zum Antrag A0022/11 Web 2.0 - Nutzungskonzept erstellen

Gemäß dem oben genannten Antrag soll die Landeshauptstadt Magdeburg oder ein von ihr beauftragtes Unternehmen bis Ende 2011 ein fortzuschreibendes Konzept zur zukünftigen Nutzung von Web 2.0-Kommunikationskanälen erstellen.

Beispielhaft hierfür werden die Aktivitäten der Hansestadt Hamburg angeführt.

#### Dazu möchte ich wie folgt Stellung nehmen:

Der Begriff Web 2.0 beschreibt eine in sozio-technischer Hinsicht veränderte Nutzung des Internets, die Beteiligung der Nutzer am Web. Sie erstellen, bearbeiten und verteilen Inhalte in quantitativ und qualitativ entscheidendem Maße selbst, unterstützt von interaktiven Anwendungen.

Die Inhalte werden nicht mehr nur zentralisiert von großen Medienunternehmen erstellt und über das Internet verbreitet, sondern auch von einer Vielzahl von Nutzern, die sich mit Hilfe sozialer Netzwerke zusätzlich untereinander vernetzen.

Derzeit bietet der Internetauftritt der Stadt Magdeburg bereits derartige Technologien an, z.B.:

#### 1. Kommunikationskanäle

##### a. Gästebuch und Foren

Schon seit 2002 nutzen die Magdeburger über das Gästebuch und die dezernatsbezogenen Foren die Möglichkeit, sich aktiv am kommunalpolitischen Leben zu beteiligen. Davon zeugen jährlich über 500 Einträge in die Foren des Internetauftritts und über 80 Einträge in das virtuelle Gästebuch der Stadt.

Die Stadt Magdeburg bietet dem Bürger in insgesamt 6 Foren die Möglichkeit der aktiven Bürgerbeteiligung und im Forum „Unter uns“ die Diskussion von Bürger zu Bürger an.

Um dem Bürger die Orientierung zu erleichtern und eine schnelle Beantwortung der Anfragen zu garantieren bestehen folgende Foren:

- Kommunales, Umwelt und Allgemeine Verwaltung
- Finanzen
- Wirtschaft, Tourismus und regionale Zusammenarbeit
- Kultur, Schule und Sport
- Soziales, Jugend und Gesundheit
- Stadtentwicklung, Bau und Verkehr

Das Forum „Unter uns“ dient dem Austausch der Bürger untereinander.

Darüber hinaus bieten temporäre Foren und Livechats zu aktuellen Themen, wie dem jährlichen Haushalt oder Bauprojekten wie der Eisenbahnüberführung Ernst-Reuter-Allee dem Bürger die Möglichkeit, direkt mit politischen Entscheidungsträgern und der Verwaltungsspitze zu kommunizieren.

#### *b. Ratsinformationssystem*

Seit dem Frühjahr 2004 sind alle öffentlichen Vorlagen und die Entscheidungen des Stadtrats, des Oberbürgermeisters und aller Ausschüsse im städtischen Internetauftritt unter [www.magdeburg.de](http://www.magdeburg.de) zeitnah zu den Sitzungen nachzulesen. An dieser Stelle können Bürger auch direkt öffentliche Entscheidungen und Abstimmungsergebnisse während der monatlichen Stadtratssitzungen mitlesen, informativ begleitet durch Hintergrundinformationen in Form von Vorlagen und Dokumenten zum jeweiligen Tagesordnungspunkt.

## **2. Services**

#### *a. Veranstaltungskalender*

Der Veranstaltungskalender der LH Magdeburg unter [www.magdeburg-tourist.de](http://www.magdeburg-tourist.de) bietet - sortiert nach verschiedenen Filterfunktionen von Datum bis Veranstaltungsort - die Möglichkeit, sich über aktuelle Kultur- und Freizeitangebote sowie Tagungen und Kongresse zu informieren. Darüber hinaus haben die Nutzer des Internetauftritts die Möglichkeit, eigene Angebote dezentral vom heimischen PC aus über eine Suchmaske selbständig einzupflegen. Nach einer Prüfung durch die Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH (MMKT) erscheinen diese Angaben zeitnah im Veranstaltungskalender.

#### *b. Kleinanzeigen*

Ein Beispiel dafür ist die Gratisbörse, die es seit 2009 Nutzern des Internetauftritts der Stadt unter der Adresse [www.gratisboerse.magdeburg.de](http://www.gratisboerse.magdeburg.de) ermöglicht, funktionstüchtige Haushaltsgeräte, gebrauchsfähige Möbel und andere Gegenstände zu verschenken, zu tauschen oder zu suchen.

Alle Angebote und Gesuche für Dinge, die getauscht oder verschenkt werden sollen, können 24 Stunden am Tag, 365 Tage im Jahr unkompliziert selbst eingetragen (mit Fotos!) und gelöscht werden. Mit der Gratis-Börse wird deshalb nicht nur Müll vermieden, sondern auch einfach und unbürokratisch geholfen.

#### *c. Wunschkennzeichen*

Wer seinem Kraftfahrzeug eine persönliche Note verleihen möchte und eine Wunschkennzeichen beantragen will (Initialen, Geburtsdatum), kann dies über [www.magdeburg.de](http://www.magdeburg.de) online kostenpflichtig beantragen und reservieren lassen.

#### *d. Formularserver*

Unter [http://www.magdeburg.de/Bürger/Verwaltung\\_Politik/Bürgerservice/Formulardepot](http://www.magdeburg.de/Bürger/Verwaltung_Politik/Bürgerservice/Formulardepot) sind derzeit ca. 100 Formulare verfügbar, die monatlich rund 6000mal heruntergeladen werden. Sie können auch direkt ausgefüllt werden und dem Bürger den Weg ins Amt ersparen oder verkürzen.

Bisher besteht jedoch noch kein rechtssicheres, praxistaugliches und für den Bürger leicht handhabbares Verfahren, das die Verschlüsselung personenbezogener Daten für einen entsprechenden Workflow ermöglicht.

#### *e. Internetabfrage zu Pass und Ausweis*

Wer in den Magdeburger Bürgerbüros ein Personaldokument beantragt hat, kann seit 2007 im Internet auf der Seite [www.magdeburg.de/buergerservice](http://www.magdeburg.de/buergerservice) nachschauen, ob das Dokument bereits zur Abholung im Bürgerbüro bereitliegt oder ob es sich noch in der Fertigung bei der Bundesdruckerei befindet.

Bei der Beantragung eines Personaldokumentes bekommt jeder Antragsteller, der dies möchte, ein Anschreiben ausgehändigt, auf dem neben der Internetadresse die Nummer des beantragten Dokumentes vermerkt ist. Durch die Eingabe der Nummer kann der Antragsteller online den Bearbeitungsstand erfragen:

1. „In Produktion“ (noch in der Bundesdruckerei)
2. „Liegt zur Abholung bereit“.

#### *f. Kita-Portal*

In dem neuen Kita-Portal sind derzeit die Plätze von 23 Magdeburger Kita-Trägern mit fünf Kinderkrippen und 74 Kindertagesstätten hinterlegt. Auch alle Angaben der Träger zu ihren Einrichtungen, Ansprechpartnern, Angeboten und Konzeptionen sind in dem Portal abrufbar.

Herzstück ist die Reservierungsfunktion: Sie ermöglicht für vier Monate im Voraus eine Reservierung in den angeschlossenen Einrichtungen, sofern dort ein Platz zum gewünschten Termin frei ist. Wird also ein Krippenplatz benötigt, können Eltern im Internet prüfen, welche Einrichtung einen freien Platz hat. Reservieren die Eltern den gefundenen Platz, haben sie anschließend eine Woche Zeit, in der Einrichtung den Betreuungsvertrag abzuschließen. Dieser Zeitraum kann bei dringenden Gründen im direkten Kontakt mit der Einrichtung einmal verlängert werden. Wurde eine Platzreservierung getätigt, ist keine weitere Reservierung im System möglich. Damit werden Mehrfachanmeldungen ausgeschlossen.

#### *g. Onlinebuchungen*

**Im Bereich Freizeit & Tourismus ist es dem potentiellen Besucher direkt über den heimischen PC möglich, eine Reihe von Angeboten und Serviceleistungen online zu buchen. Von der Bestellung von Prospekten, über Buchung von Hotels und Pauschalangeboten bis hin zum Kauf von Souvenirs.**

## **2. Social Media und Multimedia**

#### *a. RSS Feed*

Baustellen im Stadtgebiet, Meldungen aus dem Stadtrat oder Veranstaltungstipps für das Wochenende - all das können sich Nutzer des virtuellen Auftritts der Landeshauptstadt seit 2007 von [www.magdeburg.de](http://www.magdeburg.de) per RSS FEED auf ihren PC laden. Damit kann der Nutzer Inhalte einer Webseite (oder Teile davon) abonnieren und wird aktuell über neue Inhalte informiert.

Angeboten werden momentan für ein derartiges Abonnement die aktuellen Pressemeldungen der Stadt und der Veranstaltungskalender der Magdeburger Marketing Kongress und Tourismus GmbH.

#### *b. Newsletter*

Durch städtische Einrichtungen werden verschiedene Newsletter, orientiert auf spezielle Nutzergruppen und Angebote veröffentlicht. Beispiele dafür sind die Newsletter der MMKT zu touristischen Angeboten und Veranstaltungen oder Newsletter der Kultureinrichtungen wie Theater oder Gesellschaftshaus.

#### *c. Twitter*

Seit Juli 2010 besteht der offizielle Twitter-Account der Landeshauptstadt Magdeburg [www.twitter.com/LH\\_Magdeburg](http://www.twitter.com/LH_Magdeburg) über den sich Twitter-Nutzer über aktuelle Meldungen der Landeshauptstadt Magdeburg informieren können.

Zeitnah werden hier Meldungen veröffentlicht, die mit nur 140 Zeichen pro Nachricht kurze und prägnante Informationen aus und über Magdeburg vermitteln. Dies macht den Reiz der Twitterseite aus. Ziel ist die schnelle Veröffentlichung von Nachrichten nach dem "Lauffeuerprinzip", da diese Nachrichten umgehend weitergegeben werden können.

Das Profil auf der Twitterseite verweist zusätzlich über einen Link auf die Inhalte der offiziellen Internetseite der Landeshauptstadt unter [www.magdeburg.de](http://www.magdeburg.de). Hier kann sich der Internetnutzer – über den Einstieg bei Twitter – bei Bedarf weitergehend informieren.

Mittlerweile haben über 400 Nutzer diesen Service abonniert und sind „Follower“ der städtischen Twitterseite.

Interessierte Nutzer können sich seit Sommer letzten Jahres unter Twitter auch über aktuelle Aktionen der Ottostadt-Kampagne (<https://twitter.com/Ottostadt>) informieren. Mittlerweile kann die Twitter-Seite der Otto-Kampagne über 550 Follower verzeichnen.

#### *d. Facebook*

Eines der wichtigsten Angebote im Bereich Social Media ist sicherlich die 2004 zur Bildung und Unterhaltung [sozialer Netzwerke](#) gegründete [Website](#) Facebook, die seit 2008 auch in Deutschland verfügbar ist. In Deutschland hat Facebook im Juli 2010 erstmals die 10-Millionen-Mitglieder-Marke übertroffen und ist statistisch die am häufigsten besuchte Kontaktwebsite. 82,8 Prozent der deutschen Nutzer sind zwischen 18 und 63 Jahre alt.

Jeder Benutzer verfügt über eine eigene Profilseite, auf der er sich vorstellen sowie Fotos oder Videos hochladen kann. Auf der Pinnwand des Profils können Besucher öffentlich sichtbare Nachrichten hinterlassen oder Notizen/[Blogs](#) veröffentlichen. Alternativ zu öffentlichen Nachrichten können sich Benutzer persönliche Nachrichten schicken oder [chatten](#). Freunde können zu Gruppen und Events eingeladen werden. Facebook verfügt zudem über einen Marktplatz, auf dem Benutzer Kleinanzeigen aufgeben und einsehen können.

Mit dem Relaunch der städtischen Homepage wird auch ein Ausbau des Profils der Stadt unter Facebook angestrebt. Dazu gehört neben Informationen, Bildern und Videos aus und zu Magdeburg auch die Integration von Pressemeldungen, des Veranstaltungskalenders und von Broschüren und Flyern.

#### e. YouTube

Dabei handelt es sich um das weltweit größte [Internet-Videoportal](#), auf dem die Benutzer kostenlos [Video-Clips](#) ansehen und [hochladen](#) können. Auf dieser Internetpräsenz befinden sich [Film-](#) und [Fernseh](#)ausschnitte, [Musikvideos](#) sowie selbstgedrehte Filme. Sogenannte „Video-Feeds“ können in [Blogs](#) gepostet oder auch einfach auf [Webseiten](#) über eine [Programmierschnittstelle \(API\)](#) eingebunden werden.

Die Landeshauptstadt Magdeburg nutzt diese Plattform seit 2009 u. a. um den Imagetrailer der Stadt oder die Aktivitäten zur Ottokampagne multimedial zu publizieren.

#### f. Flickr

Flickr ist ein [Web-Dienstleistungsportal](#) mit [Community](#)-Elementen, das es Benutzern erlaubt, [digitale und digitalisierte Bilder](#) sowie Videos mit Kommentaren und Notizen auf die Website zu laden. Darüber hinaus können diese Inhalte von anderen Webauftritten aus verlinkt bzw. in andere soziale Netzwerke - wie Facebook – schnell und einfach integriert werden. (Anlage)

Die durch den Bereich BOB erstellte Bildergalerie mit Fotos zum Hochwasser 2011 beispielsweise wurde auf diesem Portal bereitgestellt und innerhalb weniger Tage über 1000-mal aufgerufen.

#### g. Bildergalerie zum Download

Unter [www.magdeburg-tourist](#) präsentiert die Landeshauptstadt seit einigen Jahren Bildergalerien mit repräsentativen Fotos zur Stadt und ihrer Geschichte. Diese Bilder können sowohl über eine Downloadfunktion auf den heimischen PC heruntergeladen, als auch als Postkarte verschickt oder für die Erstellung eines Bildschirmschoners verwendet werden.

Ganz aktuell besteht im Rahmen der Imagekampagne unter [www.ottostadt.de](#) die Möglichkeit, E-Cards mit eigenen Bildern und einem dazugehörigen Störer zur Otto-Kampagne zu verschicken. (Anlage)

Der Downloadbereich ermöglicht es dem Nutzer, über eine Registrierung eine Reihe von Bildern kostenfrei herunterzuladen und diese unter Berücksichtigung des Urheberrechts weiter zu verwenden.

#### f. Stadtwappen zum Herunterladen

Einem Stadtratsbeschluss folgend wurde 2004 eine modifizierte Form des Wappens der Landeshauptstadt Magdeburg erarbeitet. Damit wurde Vereinen, Verbänden, Firmen und anderen Institutionen die Möglichkeit geben, das Stadtwappen zur sichtbaren Identifikation mit der Stadt Magdeburg zu verwenden.

Im Internetauftritt unter [www.magdeburg.de](#) besteht die Möglichkeit, dieses modifizierte Wappen herunterzuladen. 2010 wurde dieses Angebot über 1100-mal genutzt.

### 3. Darstellung auf mobilen Endgeräten

#### *a. Handy als Stadtführer durch Magdeburg*

Die Tourist-Information Magdeburg bietet in Zusammenarbeit mit dem Unternehmen Tomis seit Anfang 2009 Besuchern und Bürgern der Stadt Ottos des Großen die Möglichkeit, mit dem eigenen Handy die interessantesten Plätze und Sehenswürdigkeiten der Stadt kennen zu lernen und eine private Stadtführung zu erleben.

Das Prinzip ist verblüffend einfach, ob direkt an der Sehenswürdigkeit – beispielsweise am Alten Rathaus – oder von zu Hause aus, man gibt eine von insgesamt elf möglichen Telefonnummern ein und erhält die wichtigsten Informationen zur jeweils angewählten Sehenswürdigkeit der Stadt.

Über die ausgewählten Sehenswürdigkeiten und die zugehörigen Telefonnummern informieren – neben den Mitarbeitern der Tourist-Information Magdeburg – ein eigener Flyer, Plakate in Hotels und Servicepunkten sowie die Internetseite [www.magdeburg-tourist.de](http://www.magdeburg-tourist.de). Darüber hinaus befinden sich auf den entsprechenden Tafeln des touristischen Wegeleitsystems an mehreren Stellen der Innenstadt deutlich sichtbare Hinweise auf das Angebot.

#### *b. Audioguide App*

Seit April 2011 bietet die MMKT eine audioguide App zu Magdeburger Sehenswürdigkeiten vom Mobil Informations-Service tomis GmbH an. Diese App wird sowohl in Deutsch als auch in Englisch veröffentlicht und ist im App Store für 1,59 € erhältlich.

#### *c. mobile cITy*

Studenten der Fachbereiche Germanistik und Medienbildung der Otto-von-Guericke-Universität entwickelten im Projekt mobile cITy eine App, mit dem persönliche Geschichten und Lieblingsplätze von Magdeburgern abgerufen werden können.

In Kooperation mit Sänger und Ottostadt-Botschafter Stephan Michme und der Stadt Magdeburg ist so eine deutschlandweit einzigartige Tour durch Magdeburg entstanden, die jeder mit seinem Smartphone machen kann.

Mehr über die App „Ich liebe Magdeburg, weil...“ erfährt man auf der Homepage [www.ichliebemd.de](http://www.ichliebemd.de), bzw. unter <http://www.ottostadt.de/presse/aktuell/36>.

### 4. Weiterer Ausbau mit dem Relaunch der städtischen Homepage

Der Internetauftritt der Landeshauptstadt besteht in der jetzigen Form seit 2006. Um die Homepage Magdeburgs den aktuellen technischen und graphischen Anforderungen anzupassen, werden die Internetseiten **ab** dem III. Quartal 2011 einem Relaunch unterzogen. Dies umfasst sowohl eine grundlegende Überarbeitung des Layouts als auch der inhaltlichen Komponenten Navigation und Content.

Bisher befindet sich der Relaunch in der Planungsphase. Unter Berücksichtigung des vom Stadtrat mit der DS0186/10 beschlossenen Corporate Designs soll die Internetseite der Stadt Magdeburgs ein freundliches und helles Erscheinungsbild erhalten, das den Nutzer emotional stärker anspricht. Anvisiert sind u. a. ein klares Gestaltungsbild mit übersichtlicher Seitenstrukturierung, die Schaffung von klar definierten Inhaltsbereichen, eine einfache Userführung/Bedienungsstruktur und eine intuitive Navigation, dazu der Einsatz von Multimediakomponenten und Web2.0-Technologien.

Geplant ist unter anderem die Erstellung eines Social Media Newsrooms in dem ein Großteil der bestehenden Web 2.0-Angebote gebündelt und schnell erreichbar angeboten werden.

Darüber hinaus ist der weitere Ausbau des Bereichs Web 2.0 geplant. Denkbar wären u. a. ein Bild-Blog, in dem die Internetnutzer eigene Fotos zur Stadt veröffentlichen können, ein Ausbau des Angebotes an Fotos und Videos, teilweise mit Downloadfunktion. Angedacht ist zudem die Darstellung der Internetseite [www.magdeburg.de](http://www.magdeburg.de) auf mobilen Endgeräten wie Smartphones.

## **5. Bewertung des Modells der Hansestadt Hamburg**

Das im Antrag als vorbildlich angeführte Beispiel der Hansestadt Hamburg basiert auf mit Magdeburg nicht vergleichbaren Voraussetzungen. Zum einen bestanden dort in der Vergangenheit keine Angebote zum Austausch mit dem Bürger - wie in Magdeburg seit vielen Jahren vorhanden (Gästebuch, Foren etc.).

In Hamburg wurden für den Einstieg in die interaktive Kommunikation mit dem Bürger die Möglichkeiten von Social Media gewählt.

Zum anderen wurden diese Angebote - wie der gesamte Internetauftritt - ausgegliedert und über eine GmbH betreut. Der Auftritt der Hansestadt Hamburg unter Facebook und Co. wird mit einem umfangreichen Finanzbudget über eine Agentur graphisch bearbeitet und organisatorisch betreut. Allein für die Kommunikation in sozialen Netzwerken ist dort ein eigener Mitarbeiter verantwortlich.

## **Fazit**

Der Internetauftritt Magdeburg unter [www.magdeburg.de](http://www.magdeburg.de) nutzt schon jetzt ein breites Spektrum an Web2.0-Technologien, die mit dem Relaunch 2011 evaluiert und ggf. ausgebaut werden. Zu klären ist in diesem Zusammenhang, welche Möglichkeiten künftig durch die Landeshauptstadt in welcher Weise genutzt werden sollen.

Ziel ist es, sowohl den Relaunch als auch das Spektrum an Web 2.0-Technologien ohne finanziellen oder personellen Aufwuchs sicher zu stellen.

Dr. Trümper