Staats- und Universitätsbibliothek Bremen
Staats-archiv Bremen
BREMISCHE BÜRGERSCHAFT

Kooperationsprojekt - Digitalisierung Drucksachen der Bremischen Bürgerschaft

Drucksache / Bremische Bürgerschaft, Landtag 14. Wahlperiode, 1995-1996

17.03.1999 - Drucksache 14/1380

Staats-und Universitätsbibliothek Bremen - Digitale Sammlungen

Visual Library

BREMISCHE BÜRGERSCHAFT
Landtag
14. Wahlperiode

Drucksache 14/1380
(zu Drs. 14/1336)
17. 03. 99

Mitteilung des Senats vom 16. März 1999

Das Internet als Werbemedium des Landes Bremen und der beiden Stadtgemeinden

Die Fraktionen der CDU und der SPD haben unter Drucksache 14/1336 eine Große Anfrage zu obigem Thema an den Senat gerichtet.

Der Senat beantwortet die Große Anfrage wie folgt:

Der Senat hat frühzeitig die Bedeutung des Internets erkannt und mit seinem Beschluß vom 28. Januar 1997 (Vorlage Nr. 32/97) die Voraussetzungen zur Errichtung eines integrierten Städteinformationssystems für das Land Bremen geschaffen. Es soll alle für die Öffentlichkeit bestimmten Informationen über die Landesverwaltung, über Einrichtungen, Angebote und Veranstaltungen in Bremen und Bremerhaven für Bürgerinnen und Bürger sowie für Touristen, Unternehmen und andere Interessenten auch in den elektronischen Medien verfügbar machen. Seit März 1996 wurde eine Internet-Präsentation aufgebaut. Unter der Adresse www.bremen.de und der Bezeichnung „bremen.online" sind Informationen über Institutionen, Firmen, Vereine und Initiativen, Hotels und Gaststätten, Apotheken, etc., aber auch Veranstaltungen und die Verwaltung in der Stadtgemeinde Bremen abrufbar. Der gegenwärtige Umfang des Informationsangebots aus dem Stadtgebiet Bremen umfaßt etwa 7.000 (Datenbank)-Einträge bei ca. 1,2 Mio. Seitenzugriffen pro Monat. Die Kosten für die Erstellung und den Betrieb des Städteinformationsystems belaufen sich in den letzten drei Jahren auf ca. 1,5 Mio. DM, die zu einem großen Teil aus Wirtschaftsförderungsmitteln aufgebracht wurden.

Das Land und die Stadtgemeinde Bremen hat mit diesem Städteinformationssystem bereits verschiedene andere Stadtinformationssysteme in der Rangliste weit hinter sich gelassen. Das System als solches hat bereits einen positiven Beitrag zum Standortmarketing geleistet. In Anbetracht der erheblichen finanziellen Anforderungen an eine Weiterentwicklung des Systems ist es daher Ziel, ein Finanzierungs- und Organisationskonzept zu finden, welches den dauerhaften Betrieb des Städteinformationssystems sicherstellt. Dieses Ziel wird mit der Ausschreibung des Städteinformationssystems „bremen.online" als Public-Private-Partnership weiter verfolgt. Dieser Betreiber wird zusätzlich die kommerziellen Bereiche abdecken, die bisher im Projekt nicht umgesetzt werden konnten.

Das System enthält neben den Informationen und Einrichtungen im Land und in der Stadtgemeinde Bremen auch Informationen aus der Kommune Bremerhaven, die jedoch als eigenständiges System von dort gepflegt und verantwortet werden. Die Stadt Bremerhaven hat am 20. April 1998 mit der Telematik-Initiative Bremerhaven e. V. (TIB) einen Vertrag über die Verwaltung der Internet-Domäne „bremerhaven.de" mit dem Inhalt geschlossen, daß der TIB die Verwaltung einschließlich Entwicklung, Gestaltung und Strukturierung der Domäne „bremerhaven.de" mit dem Auftrag und dem Ziel übertragen wurde, ein leistungsfähiges, umfassendes und transparentes Stadtinformationssystem aufzubauen und nutzungsfähig ins Internet zu stellen, u. a. durch Abschluß von Verträgen mit Providern und anderen Multimedia-Unternehmen. Ausgenommen von dieser Übertragung ist der Teil des künftigen Gesamtangebots, der sich auf die Darstellung der Stadt, ihrer Organe, die städtischen Ämter sowie auf die weiteren nicht städtischen Behörden in Bremerhaven bezieht. Dieser Teil der Gesamtdarstellung wurde von der Stadt aufgebaut und wird von ihr gepflegt. — Für Aufbau und Betrieb dieses Stadtinformationssystems wurden im Rahmen einer zweijährigen Projekt-

förderung aus Wirtschaftsfördermitteln des Landes rd. 0,5 Mio. DM zur Verfügung gestellt.

Der Vertrag sieht ferner vor, daß nach erfolgreicher Indienststellung kommerzielle Strukturen und Marketing-Praktiken zu entwickeln sind, die zu einer kommerziellen Nutzung dieses Mediums führen. Nach den Ergebnissen einer Ausschreibung sollen in diesen Tagen die Zuschläge für die technische Umsetzung des Stadtinformationssystems und das Betreiberkonzept für das Stadtinformationssystem erteilt werden. Somit ist zur Zeit noch keine abschließende Aussage bzw. Beantwortung der gestellten Fragen, sondern nur eine kurze Sachstandsdarstellung möglich.

1. Welche Rolle spielt das Internet als „neues Medium" aus der Sicht Bremens und Bremerhavens für die Marketingaktivitäten der Städte und des Landes ?

Mit Hilfe des Internet wird der Standort Bremen und Bremerhaven weltweit leichter zugänglich. Das Urteil über eine Region wird in zunehmendem Maße an der Qualität auch seiner Präsenz in diesem neuen Medium gemessen. In den Marketingaktivitäten des Landes spielt darum der Internet-Auftritt eine bedeutende Rolle.

Die Stadt Bremen sieht das Internet als Medium mit dem größten Wachstumspotential, um über die Stadt und das Land zu informieren. Unter diesem Aspekt kommt auch dem Einstieg über eine Homepage eine überragende Bedeutung zu. Der Senat hat diesem Punkt durch die Entwicklung eines modernen Informationssystems Rechnung getragen, das sich u. a. durch folgende besondere Merkmale auszeichnet:

— Durch Entwicklung eines Logos, das einen hohen Sympathie- und Wiedererkennungswert hat (stilisierte Profile der Stadtmusikanten) und die Sicherung der Rechte an diesem Logo,

— durch verschiedene attraktive Einstiegsmöglichkeiten für die Zielgruppen (Besucher, Wirtschaft, Bürger),

— durch eine direkte Suche in der zentralen verschlagworteten Datenbank, die auf der gleichen Einstiegsseite verfügbar ist, und dadurch die „Trefferwahrscheinlichkeit" erhöht.

Zahlreiche positive e-Mails an den Webmaster und stark steigende Besucherzahlen auf www.bremen.de bestätigen die Richtigkeit dieses Konzepts.

In dem von der Hamburger Agentur ECONOMIA gemeinsam mit dem Lenkungsausschuß Stadtmarketing Bremerhaven (Vorsitz: Oberbürgermeister) erarbeiteten Kommunikationskonzept findet das neue und zugleich modernste Medium seine Berücksichtigung. So wird den Unternehmen der Stadt die Präsentation ihres Banners oder ihrer Selbstdarstellung auf der Homepage der Stadt zur Unterstützung der angelaufenen Kampagne angeboten. Damit verbunden ist die Einrichtung von Links zwischen den einzelnen Plattformen. Augenblicklich werden unter „bremerhaven.de" fortlaufend die Kampagnenmotive eingefügt.

Unter Berücksichtigung des im Aufbau befindlichen Stadtinformationssystems soll die Präsenz in diesem Medium — soweit es die verfügbaren Budgets zulassen — kontinuierlich ausgeweitet werden.

2. Welche Rolle spielt nach Meinung des Senats und des Magistrats ein ganzheitliches Corporate-Identity-Konzept bei der Präsenz öffentlicher bremischer Einrichtungen im World-Wide-Web insbesondere unter den Adressen „bremen.de" und „bremerhaven.de" und hält der Senat eine Bündelung der Komepetenzen und Zuständigkeiten bezüglich der Marketingaspekte für nötig?

Es entspricht dem Selbstverständnis einer marktorientierten Präsentation des „Unternehmens" und des „Produktes" Stadt, daß diese durch ein ganzheitliches Corporate-Identity-Konzept gekennzeichnet sein sollte.

In Bremerhaven wurde bei der Entwicklung des neuen CI-Auftritts der Stadt bewußt diese Thematik berücksichtigt und eine Verbindung zwischen dem Auftritt im World-Wide-Web und dem Stadtmarketing erreicht.

Eine Bündelung der Kompetenzen und Zuständigkeiten bezüglich der Marketingaspekte ist wünschenswert. Dabei ist den jeweiligen organisatorischen Strukturen und Zuordnungen in den beiden Städten Rechnung zu tragen.

In Bremen hat sich als Folge der historischen Entwicklung eine Differenzierung ergeben, die nicht zuletzt den identifizierten Zielgruppen (Besucher, Wirtschaft, Bürger) gerecht wird. Im Bereich Tourismus hat sich z. B. eine Struktur ergeben, in

der insbesondere für das Verschicken von Printmaterialien der Internet-Besucher auf das Angebot der Bremer Touristikzentrale zurückgreifen kann. Für aktuelle Online Informationen im Überblick, vor allem über das Leben in der Stadt, bietet sich hingegen bremen.online an.

In welcher Form andere Anbieter (BBN, Touristik-Zentrale) eingebunden werden (z. B. durch Beteiligung oder Kooperation), muß im Zusammenhang mit der Ausschreibung entschieden werden.

Die Differenzierung zwischen stärker und weniger stark zielgruppenorientierter Information spiegelt sich auch in den anderen Bereichen wieder, in denen neben www.bremen.de weitere Websites im öffentlichen Interesse unterhalten werden.

3. Welche öffentlichen Einrichtungen im Lande Bremen nutzen das World-Wide-Web für ihre Aktivitäten und welche interaktiven Möglichkeiten bieten diese neben der reinen Webseitenpräsenz?

Im Bereich von „www.bremen.de" ist neben den Ämtern und Einrichtungen des Landes und der Stadtgemeinde Bremen (Behördenwegweiser) auch das Arbeitsamt, die Postämter und die evangelischen Kirchen dargestellt.

Im Bereich der „bremerhaven.de" werden neben den städtischen Ämtern und Einrichtungen 20 ortsansässige Bundes-, Landes- und Kommunalbehörden dargestellt.

Zu Interaktionen siehe 4.

4. Welche öffentlichen Einrichtungen bieten im Rahmen von „bremen.de" oder „bremerhaven.de" ihre Dienste zur interaktiven Kommunikation an (Bestell- und Buchungsvorgänge, Newsletter etc.)?

Bremen:

Online Transaktionen sind bei bremen.online im Bereich der Hotelreservierung und des Ticketverkaufs möglich. Außerdem sind Volkshochschulkurse buchbar.

Daneben sind bereits zahlreiche Formulare zum Download verfügbar. Daneben kann sich der Bewerber auf Stellenanzeigen der SKP elektronisch bewerben. Darüber hinaus wird im Projekt „media@komm" für verschiedene Lebenslagen/Problem und insgesamt 76 Geschäftsprozesse die interaktive Kommunikation ermöglicht.

Bremerhaven:

Online-Buchungen sind derzeit nur über die Homepage der Tourismus-Förderungsgesellschaft Bremerhaven mbH „seestadt-bremerhaven.de", die mit der „bremerhaven.de" über Link vernetzt ist, möglich; für das Stadttheater und die Stadthalle Bremerhaven ist gleiches beabsichtigt. Im Rahmen der Stadtverwaltung soll zunächst die Möglichkeit des Downloadens von (Antrags-)Vordrucken geboten werden.

5. Gibt es neben den „offiziellen" Bremer und Bremerhavener Aktivitäten weitere Anbieter im Internet, die für das öffentliche Interesse der Stadtgemeinden oder des Landes ein Internetangebot anbieten?

Die Zahl der Internetangebote für Bremen ist extrem groß. Es wurde bei der Antwort auf die Frage daher sehr selektiv vorgegangen; ausschließlich auf eine bestimmte Zielgruppe gerichtete Angebote wurden nicht aufgenommen.

Bremen:

— Bremer Nachrichten/Weser-Kurier,

— Bremer — Stadtillustrierte für Bremen und den Norden,

— www.taz.de (u. a. Taz Bremen),

— www.radiobremen.de,

— www.bremen-tourism.de (Angebot der Bremer Touristik Zentrale),

— www.europa-bremen.de (Angebot der Europaabteilung des Senators für Wirtschaft, Mittelstand, Technologie und Europaangelegenheiten),

— www.maris-bremen.de/www.maris-bremen.de (Angebot der Europaabteilung des Senators für Wirtschaft, Mittelstand, Technologie und Europaangelegenheiten),

— www.ec-nordwest.de/www.es-nordwest.de (Angebot der Europaabteilung des Senators für Wirtschaft, Mittelstand, Technologie und Europaangelegenheiten),

— www.bbn.de (Bremer Business Net),

— www.bo-je.de (Angebot des Regionalen Beschäftigungsbündnisses),

— www.is-bremen.de (Internationale Stadt Bremen betrieben von: ISB GmbH),

— www.bremenmagazin.de (Verlag Kommunikation und Wirtschaft),

— www.allesklar.de,

— www.bremenonline.de (1st Compusys GmbH, Sudweyher Str. 121, Weyhe),

— www.vegesack.de,

— www.dasviertel.de,

— www.mix-online.de.

Außerdem ist die Schlütersche Verlagsanstalt Inhaber der Domain „bremen-online". Ein Angebot ist hier hingegen noch nicht abrufbar.

Diese Aufzählung enthält in keiner Weise eine inhaltliche Würdigung aller aufgezählten Internet-Angebote.

Bremerhaven:

— Im Rahmen eines Joint-Ventures der SeeYou Internet GmbH, Bremerhaven, der Business Net Nord GmbH, Bremerhaven und der KSK-Regio-Start up-GmbH der Kreissparkasse Wesermünde-Hadeln wurden die Internet-Regionalnetze „bn-n.de" und „Der-Norden.de" gegründet, die Lösungen für internetgestützte Kommunikation für Wirtschaft, Verbraucher und Kommunen im Weser-Elbe-Raum anbieten.

— Die Späth & Wien GbR, Bremerhaven, liefert auf ihrer Homepage „fischtown.de" ebenfalls u. a. Informationen über Einrichtungen der Stadt Bremerhaven.

— Die gerade erschienene Informationsbroschüre „Seestadt Bremerhaven" mit Informationen für Neubürger und Gäste der Stadt Bremerhaven wird nach Angaben des Verlages unter „weka-cityline.de" im Internet zu finden sein (derzeit noch nicht).

6. Welche Maßnahmen beabsichtigen der Senat und der Magistrat zu ergreifen, um neben der vorbildlich gelösten und überregional anerkannten Bürgerorientierung nach innen die Chancen des World-Wide-Web insbesondere für die Marketingaktivitäten des Landes Bremen vor allem zur offensiven Wirtschafts- und Tourismusförderung nach außen zu verbessern?

Bremen:

In Anbetracht der erheblichen finanziellen Anforderungen an eine Weiterentwicklung des Systems ist es Ziel, ein Finanzierungs- und Organisationskonzept zu finden, welches den dauerhaften Betrieb des Städteinformationssystems sicherstellt. Dieses Ziel wird mit der Ausschreibung des Städteinformationssystems „bremen.online" als Public-Private-Partnership weiter verfolgt.

Der Betreiber wird die kommerziellen Bereiche Tourismus und Wirtschaft abdecken und mit den dabei zu erzielenden Einnahmen auch die finanzielle Abdeckung für den Redaktionsbereich Non-Profit-Organisationen (Gemeinnützige Initiativen und Vereine) ermöglichen. Die Internet-Präsenz eignet sich auch für die elektronische Abwicklung von Geschäftsvorgängen im Bereich Tourismusförderung. Denkbar ist etwa die Vermarktung von maßgeschneiderten Dienstleistungspaketen, wie z. B. Buchungen bei Hotel, ÖPNV sowie Veranstaltungen. Vorstellbar ist darüber hinaus die interaktive Bearbeitung von Anfragen im Bereich Wirtschaftsförderung.

Die Aktivitäten Bremens im Bereich Electronic Commerce decken mit dem primär am Bedarf der Wirtschaft orientierten Felder EC-Commerce Nordwest und dem Projekt Media@komm für den Endverbraucher und Bürger dieses aussichtsreiche Wachstumsfeld ab.

Bremerhaven:

Im Rahmen des Aufbaues eines umfassenden Stadtinformationssystems durch die TIB soll das bereits vorliegende Angebot erweitert und komplettiert werden.

Druck: Anker-Druck Bremen