

«Eine agile Verwaltung muss Prozesse laufend überdenken»

Christian Rupp, Sprecher der Plattform «Digitales Österreich» im Bundeskanzleramt, spricht über Marketing im E-Government, Agilität der Organisationsentwicklung und die Steuerung von Innovationen.

Interview: Prof. Dr. Reinhard Riedl, Anja Gerzner

Wie sieht das Zusammenspiel von Verwaltung, Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft bei der Weiterentwicklung des E-Governments in Österreich aus?

Um genau diese Akteure aktiv einzubinden, wurde die Plattform «Digitales Österreich» (www.digitales.oesterreich.gv.at) als eine Kooperations- und Koordinationsplattform der Bundesregierung gegründet. Unsere Vorreiterrolle im E-Government Europa beruht auf einer gemeinsamen E-Government-Architektur und auf dem Verständnis für gemeinsame Standards – egal ob E-Business, E-Health oder E-Government. Es kann zum Beispiel nur ein eID-System geben.

Wie aktiv bemüht sich die Verwaltung um die Partizipation von Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft?

Unsere jährliche gemeinsame E-Government-Konferenz (<http://e-government.adv.at/>) ist das Beispiel einer gelebten Partnerschaft, ebenso wie die gemeinsamen Aktivitäten rund um Open Government Data (www.data.gv.at). Die Bürgerbeteiligung konnte ausserdem besonders eindrucksvoll beim Smart-City-eDemocracy-Prozess in Wien dargestellt werden (smartcity.wien.gv.at).

Die Digitalisierung ist eine Reise, welche sich durch neue Technologie jeden Tag aufs Neue verändert, da die Leistungserbringung und -inanspruchnahme nicht mehr räumlich zusammenfallen müssen.

Österreich ist Vorreiter bei E-Government-Innovationen. Was geschieht, um neue E-Government-Angebote zu bewerben und ihre Nutzung zu promoten?

Wir bevorzugen einen Mix von traditionellen (z.B. Inseraten) und neuen Tools (z.B. Webinaren) sowie Social-Media-Channels. Wir lernen zudem auch vom Feedback hinter jedem E-Formular in der Stadt Wien oder auf HELP.gv.at (so wurden über 100 Lebenssituationen entwickelt). Aber vor allem soziale Netzwerke wollen bedient werden und fordern oft den professionellen Umgang mit kritischem Gegenwind heraus. Hier gilt es, mit den Kundinnen und Kunden in Dialog zu treten sowie offen, ehrlich und interaktiv zu agieren. Kommunikation in sozialen Netzwerken ist keine Einbahn-

strasse. Auf Fragen und Wünsche muss eingegangen, Kritik muss beantwortet werden. Nicht Werbung allein, sondern Kommunikation und Erfahrungsaustausch stehen im Vordergrund. Die beste Voraussetzung, um seine Kundschaft langfristig zu binden.

Kotler hat den Begriff Marketing 3.0 geprägt und meint damit, dass neben dem Nutzen und den emotionalen Qualitäten eines Produkts auch die soziale Werthaltung hervorgehoben wird. Ein wertorientiertes Marketing hat vor allem dann Erfolg, wenn die Bewerbung von Dienstleistungen und Produkten durch die Konsumentinnen und Konsumenten geschieht. Gibt es das für E-Government in Österreich?

Die beste Werbung ist natürlich wenn Bürgerinnen und Bürger über ihre positive Erfahrung twittern oder auf Facebook ihren Freunden davon erzählen. Aber auch der Bürgermeister oder der Gemeindegemitarbeiter ist ein wichtiger Kommunikator am Stammtisch. Daher bemühen wir uns sehr um die E-Skills und das persönliche Engagement bzw. Feedback.

Wie steht es konkret um das Angebot massgeschneiderter E-Government-Dienste in Österreich?

Durch die eID über handy-signatur.at besteht die Möglichkeit, das persönliche Bürgerkonto einzusehen oder personalisierte Services à la myHELP, Pensionskonto, Finanzkonto, elektronisches Gesundheitskonto etc. zu beziehen.

Christian Rupp wurde im Frühling 2003 zum Exekutivsekretär E-Government des Bundes bestellt und fungiert seit Herbst 2005 als Sprecher der Plattform «Digitales Österreich» im Bundeskanzleramt, welche die Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) und E-Government-Aktivitäten der Bundesregierung zwischen Bund, Ländern, Gemeinden und der Wirtschaft koordiniert. Er ist unter anderem im Koordinationsgremium Digitale Strategie Österreich, im Beirat von saferinternet sowie in den Jurys UN WSIS Award, Staatspreis Multimedia Österreich und eGovernment Deutschland. Zudem ist er E-Skills-Botschafter sowie Universitätslektor für New Media, E-Marketing und Informationstechnologie. Vor seiner Tätigkeit im Bundeskanzleramt war Christian Rupp fast zehn Jahre lang E-Business-Beauftragter der Wirtschaftskammer Österreich sowie stellvertretender Leiter der Abteilung Kommunikation und Marketing.



Gibt es auch ein erlebnisorientiertes Design von Diensten, neudeutsch formuliert E-Government Fun Quality?

Nicht so wie im E-Business, aber Gamification ist auch für Public Services eine interessante Möglichkeit.

Um auch die trockenen Fakten anzusprechen: Wie viel wird im österreichischen E-Government (überhaupt) in Marketing investiert?

Es wird in Marketing investiert, mehr als früher, da das Bewusstsein dafür gestiegen ist. Leider nicht so viel, wie ich gerne hätte, aber in Sparzeiten kann nicht jeder Detailwunsch erfüllt werden, auch wenn er für einen Bereich sinnvoll erscheinen mag.

E-Government zielt, mindestens aus meiner Sicht, auf eine Optimierung der operativen Verwaltungstätigkeiten. Ein neuer Trend der Organisationsentwicklung heisst «Agilität». Die einen verstehen darunter zyklisches Arbeiten und strikte Rituale, die anderen einen offenen Geist und Veränderungswilligkeit. Was heisst «agile Verwaltung» in Österreich?

Man muss die Arbeit in der Verwaltung als Einheit sehen und die Technologie danach ausrichten. Eine agile Verwaltung muss Prozesse laufend überdenken, denn der elektronische Arbeitsplatz von morgen wird ganz anders aussehen als der von heute. Der Arbeitsstil der Digital Natives der Zukunft ist geprägt von «colla-

boration» und «mobility». Die rasanten IKT-Entwicklungen erfordern eine stetige Bereitschaft zur Veränderung und ein gemeinsames digitales System.

Wie funktioniert die strategische Innovationssteuerung im österreichischen E-Government? Arbeitet man mit Instrumenten wie den Strategieeinwänden oder der Blue-Ocean-Strategie?

Nicht alle Wirtschaftsstrategien lassen sich auf den öffentlichen Sektor übertragen, in dem es keine klassische Konkurrenzsituation gibt. Auch die Definition eines strategischen Kunden ist oft schwierig, da alle Bürger/innen unsere Kund/innen (z.B. offline oder online) sind. Ich halte mich da lieber an strategische Zielgruppen, die in ihrer Sprache und gemäss ihren Bedürfnissen in einzelnen Lebenssituationen von den E-Services der Verwaltung abgeholt werden müssen.

Unser traditioneller Ausblick in die Zukunft: Wie wird das österreichische E-Government im Jahr 2030 aussehen?

Der Mensch steht nach wie vor im Mittelpunkt, auch wenn manche Arbeiten in der Verwaltung sicher schon durch Roboter erledigt werden.

Vielen Dank für das Interview.

