

Titel

# Das Angebot trifft die momentane Nachfrage Neue, verbesserte und sicherere Angebote für eine verbesserte Bedürfniserfüllung

Synthesebericht zu den E-Government-Studien  
(Bevölkerung, Firmen und Verwaltung), im Auftrag des  
Informatikstrategieorgans des Bundes

Laura Kopp, Politikwissenschaftlerin  
Lukas Golder, Politikwissenschaftler



# Inhaltsverzeichnis

<b>1. EINLEITUNG</b> .....	<b>1</b>
1.1 FRAGESTELLUNGEN .....	1
1.2 THEORETISCHE GRUNDLAGEN.....	1
<b>2. BEFUNDE</b> .....	<b>3</b>
2.1 DIE NACHFRAGESEITE .....	3
2.1.1 Vernetzung.....	3
2.1.2 Nutzung von und Nachfrage nach staatlichen Online-Dienstleistungen .....	3
2.1.3 Zufriedenheit mit staatlichen Online-Angebot .....	4
2.1.4 Bekanntheit von Webseiten.....	5
2.2 DIE ANGEBOTSSEITE.....	6
2.2.1 Vernetzung.....	6
2.2.2 Konkrete Angebote.....	7
2.2.3 Einschätzung des Angebots und Zukunftsperspektiven .....	8
2.3 VERGLEICH ZWISCHEN ANGEBOT UND NACHFRAGE – HARMONISIERUNGSFRAGEN .....	9
2.3.1 Bedürfnisse.....	9
2.3.2 Sicherheitsbedürfnisse und Vertrauen.....	10
2.3.3 Themenwahrnehmung .....	13
<b>3. SYNTHESE</b> .....	<b>14</b>
3.1 REKAPITULATION.....	14
3.2 THESEN .....	15
<b>DAS GFS.BERN TEAM</b> .....	<b>17</b>

# 1. Einleitung

## 1.1 Fragestellungen

Die drei Studien, die gfs.bern für den Bund zum Thema E-Government realisieren konnte, beleuchten E-Government-Angebote von zwei Seiten, namentlich von der Nachfrage- und Angebotsseite. Auf Seiten der Nachfrage wurden die Zielgruppen Bevölkerung (zum sechsten Mal) und Firmen (zum vierten Mal) befragt. Neben den teilweise unterschiedlichen Fragestellungen weisen die beiden Studien auch gemeinsame Interessen auf. Das sind:

- Vernetzung und Nutzung von Internet-Dienstleistungen
- Nutzung von und Nachfrage nach staatlichen Online-Dienstleistungen
- Zufriedenheit mit dem staatlichen Internetangebot
- Bekanntheit von Webseiten

Auf Seiten des Angebots wurden E-Government-Verantwortliche der Gemeinden, der Kantone und der Bundesämter (zum zweiten Mal) befragt. Unter anderem fokussiert die Studie auf Fragen, die jenen der Studien auf der Nachfrageseite ähnlich sind. Dazu gehören:

- Vernetzung
- Konkrete Angebote der Gemeinden, Kantone und Bundesämter
- Einschätzung des Angebots und Zukunftsperspektiven

Im Rahmen eines Workshops wurden im Weiteren neue Themenkomplexe definiert, um die Studien besser zu harmonisieren. Diese Themenkomplexe wurden in die Studien 2009 aufgenommen. Konkret handelt es sich um folgende Aspekte:

- Themenwahrnehmung und -beurteilung
- Bedürfnisgerechtes E-Government-Angebot
- Anreiz zur Förderung der Nutzung
- Vertrauen in das E-Government-Angebot
- Vertrauensfördernde Massnahmen

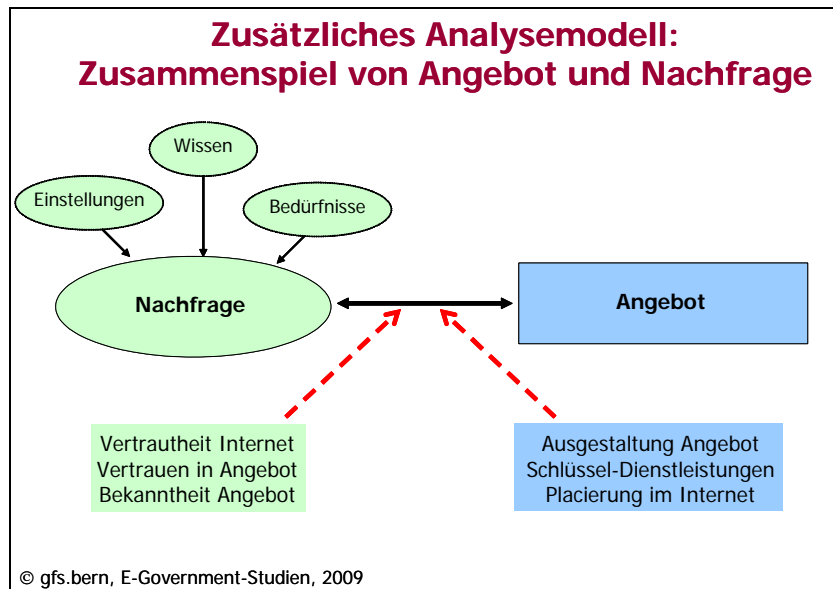
Der vorliegende Synthesebericht enthält die Resultate zu diesen Fragekomplexen in verdichteter Form. Da die Ausrichtungen der drei Studien aber nicht ganz identisch sind, ist diese Verdichtung als Interpretation resp. als eine thesenartige Verknüpfung der Erkenntnisse zu verstehen.

## 1.2 Theoretische Grundlagen

Das ursprünglich für die Analyse der Resultate der Nachfrageseite eingesetzte Modell dient primär dazu, die Bekanntheit des E-Government-Angebots, im Speziellen von [www.ch.ch](http://www.ch.ch), [www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch) und [www.kmu.admin.ch](http://www.kmu.admin.ch), zu erklären. Einstellungen, Wissen und Bedürfnisse sind die zentralen Begriffe dieses Analysemodells. Das Zusammenspiel von Einstellungen und Wissen kann das Verhalten ändern, was sich in der Nutzung resp. Nicht-Nutzung von Online-Angeboten widerspiegelt. So führt bspw. das fehlende Wissen über existierende Angebote dazu, dass – trotz einer positiven Haltung gegenüber elektronischen Medien – E-Government-Angebote nicht bekannt und in der Folge nicht genutzt werden.

Die bisherigen Studienergebnisse haben gezeigt, dass für die Nutzung des E-Government-Angebots nicht nur die Bekanntheit entscheidend ist. Vielmehr sind auch individuelle Einstellungen, wie z.B. das Vertrauen oder die Bedürfnisse im Zusammenhang mit staatlichen Online-Angeboten Faktoren, die das Nutzungsverhalten prägen. Das Analysemodell wurde deshalb um weitere Faktoren ergänzt, die sich auf die Nachfrage und die Angebotsseite beziehen.

Grafik 1:



In Zentrum steht das Zusammenspiel zwischen Angebot und Nachfrage. Dieses wird durch verschiedene Faktoren beeinflusst. Auf Seite der Nachfrage gehören im Speziellen Faktoren wie Vertrautheit mit dem Internet, das Vertrauen in das E-Government-Angebot und seine Bekanntheit dazu. Auf Seite des Angebots können die Ausgestaltung des E-Government-Angebots, so genannte Schlüsseldienstleistungen und die Placierung des im Internet (z.B. bei Google) die Wechselwirkung zwischen Angebot und Nachfrage beeinflussen.

## **2. Befunde**

Im Folgenden werden die zentralen Ergebnisse zu den drei Studien E-Government und Bevölkerung, E-Government und Firmen sowie E-Government und Verwaltung wiedergegeben. Das erste Kapitel richtet den Fokus auf die Nachfrageseite. Aspekte der Vernetzung, der Nutzung und Nachfrage, der Zufriedenheit sowie der Bekanntheit von Webseiten werden diskutiert. Das zweite Kapitel widmet sich der Angebotsseite: Von Interesse sind hierbei die Themen Vernetzung, konkrete Angebote, Einschätzung der Angebote und Zukunftsperspektiven. Im dritten Kapitel schliesslich werden die Ergebnisse der Harmonisierungsfragen vergleichend dargestellt.

### **2.1 Die Nachfrageseite**

#### **2.1.1 Vernetzung**

Das Internet ist bei der schweizerischen Wohnbevölkerung und bei Unternehmen weit verbreitet. Bei Privatpersonen gewinnt das Internet gerade auch für den privaten Gebrauch weiter an Attraktivität. Neben neuartigen Angeboten wie soziale Netzwerke (z.B. Facebook, mySpace und Twitter) dürften dafür auch technologische Neuerungen verantwortlich sein. Smartphones (z.B. iPhone) erfreuen sich zunehmender Beliebtheit, vor allem bei jüngeren Personen. Aber auch Netbooks als leichte, mobilere und kostengünstige Alternative zu den herkömmlichen Notebooks dürften sich weiter verbreiten. All diese Entwicklungen können das künftige Vernetzungsverhalten der Bevölkerung beeinflussen. Neben der allgegenwärtigen Erreichbarkeit ist es nun auch möglich, immer und überall Informationen abzurufen und zu bearbeiten.

Die Kehrseite der ständigen Erreichbarkeit und des sich informieren resp. austauschen Wollens zeigt sich in den Unternehmen. Der vollständigen Vernetzung des Unternehmens und seiner Mitarbeitenden wird etwas skeptischer begegnet. Vor allem der freie Internetzugang für alle Mitarbeitenden hat aus Sicht der Unternehmen an Attraktivität verloren. Die durch soziale Netzwerkseiten steigende private Verwendung des Internets, auch während den Arbeitszeiten, dürfte ein möglicher Grund dafür sein. Darauf weist auch die Tatsache hin, dass immer mehr Unternehmen den Zugang zu derartigen Webseiten für die Mitarbeitenden gesperrt haben.

#### **2.1.2 Nutzung von und Nachfrage nach staatlichen Online-Dienstleistungen**

Während bei der Befragung der Unternehmen gezielt nach der Nutzung konkreter Online-Behördendienstleistungen gefragt wird, liegt der Fokus bei der Bevölkerungsbefragung auf der Nutzung allgemeiner Online-Dienstleistungen und auf Vorstellungen bezüglich des Vorgehens bei Behördengeschäften. Konkrete Vergleiche zwischen diesen beiden Nachfragegruppen sind deshalb schwierig. Es scheint aber, dass Unternehmen und Bevölkerung eines gemeinsam haben: Das Internet wird häufig als Informationsquelle herangezogen. So wählen Privatpersonen den elektronischen Weg immer häufiger bei der Beschaffung von allgemeinen Verwaltungsinformationen. Aber auch in Zusammenhang mit konkreten Dienstleistungen werden die staatlichen Online-Angebote für die Bevölkerung attraktiver. Ein Hinweis darauf, dass Informationsangebote auch für Unternehmen attraktiv sind, zeigt sich bei der Betrachtung der Nutzung verschiedener staatlicher Online-Dienstleistungen.

So werden bspw. Brancheninformationen, Gesetzessammlungen und Hintergrundberichte zu aktuellen Themen von den befragten FirmenvertreterInnen mehrheitlich genutzt.

Neben Informationsangeboten verfügen in der Bevölkerung auch einfache elektronische Dienstleistungsangebote über eine gewisse Attraktivität. So wünschen sich Privatpersonen mehrheitlich elektronische Angebote wie z.B. Umzugsmeldung, Zugang zu öffentlichen Bibliotheken, An-/Abmelden von neuen Fahrzeugen, elektronisches Abstimmen und Wählen oder das Bestellen des Personalausweises. Für die Wohnbevölkerung scheinen Online-Angebote vor allem dann wünschenswert zu sein, wenn eine persönliche Kontaktaufnahme nicht unbedingt erforderlich ist. Auf Seiten der Unternehmen verfügen alle in der Untersuchung aufgenommenen Dienstleistungen über ein gewisses Nachfragepotential. Dies gilt für Informationsangebote und komplexere Dienstleistungen, so z.B. Brancheninformationen, Gesetzessammlungen, Hintergrundberichte, Adressverzeichnisse, Melden von Lohndaten oder Firmengründungen. Neue und/oder verbesserte Angebote können in der Folge zu einer weiteren Steigerung der Nutzung des elektronischen Wegs führen.

### **2.1.3 Zufriedenheit mit staatlichen Online-Angebot**

Wie bei der Nutzung resp. Nachfrage nach Online-Dienstleistungen sind auch die Fragen zur Zufriedenheit mit dem staatlichen Online-Angebot je nach Zielgruppe unterschiedlich gewichtet worden. Während sich bei der Firmenbefragung das Interesse auf das Internetangebot der Verwaltung (Bund, Kantone, Gemeinden und insgesamt) richtete, standen bei der Bevölkerungsbefragung [www.ch.ch](http://www.ch.ch) sowie die Webseiten der Wohnkantone und Wohngemeinden im Zentrum. Auch hier sind direkte Vergleiche der Ergebnisse deshalb schwierig.

Grundsätzlich kann aber festgehalten werden, dass sowohl Privatpersonen als auch FirmenvertreterInnen mit dem existierenden staatlichen Internetangebot zufrieden sind. Am zufriedensten sind Privatpersonen mit der Webseite der Wohngemeinde, aber auch die Webseite des Kantons und von [www.ch.ch](http://www.ch.ch) stellt die Befragten mehrheitlich zufrieden. Anders betrachtet: Privatpersonen finden auf den staatlichen Webseiten diejenigen Angebote, die sie dort erwarten. Auch FirmenvertreterInnen sind dem Internetangebot der Verwaltung gegenüber grundsätzlich positiv eingestellt. Eine Mehrheit beurteilt das Internetangebot der staatlichen Verwaltung insgesamt, aber auch diejenigen auf den Ebenen Bund, Kanton und Gemeinde als gut. Während bei der Bevölkerung das Angebot der Wohngemeinde am zufriedenstellendsten ist, ist es bei Unternehmen das Angebot der Kantone. Dieser Unterschied zwischen den Bewertungen der FirmenvertreterInnen und Privatpersonen hat im Wesentlichen mit dem zentralen Bezugspunkt der Befragten zu tun. Für Privatpersonen ist die Gemeinde die zentralste Anlaufstelle in Zusammenhang mit Behördengeschäften. Dies führt zu einer häufigeren Nutzung dieses Angebots, was sich – sofern die gewünschten Informationen gefunden werden – positiv auf die Beurteilung des Angebots der Wohngemeinde auswirkt. Für Unternehmen, im Speziellen für mittlere und grosse Unternehmen, ist der Kanton die wichtigere Anlaufstelle. Ausnahme stellen hier Mikro- und kleine Unternehmen dar, die sich eher wie Privatpersonen verhalten: Für sie sind die Angebote auf der Gemeindeebene wichtiger.

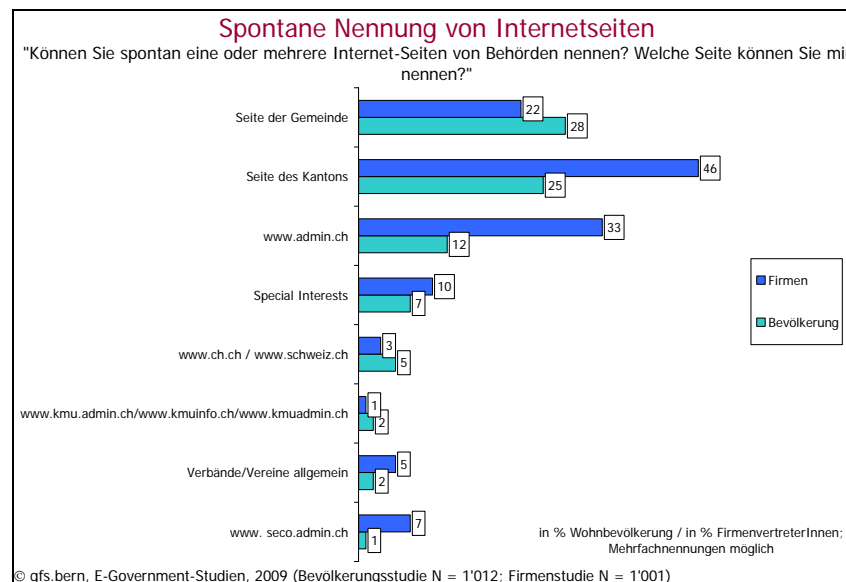
Die Wohnbevölkerung scheint gegenüber dem staatlichen Internetangebot prinzipiell etwas positiver eingestellt zu sein. So sind die Anteile Personen, die eine dezidierte Zufriedenheit äussern, bei allen Angeboten ([www.ch.ch](http://www.ch.ch), Webseite des Wohnkantons und der Wohngemeinde) höher als die Anteile FirmenvertreterInnen, die das staatliche Angebot als sehr gut bewerten. Neben den unterschiedlichen Fragestellungen, können weitere Gründe

dafür verantwortlich sein. So ist prinzipiell davon auszugehen, dass das Verhältnis zwischen Staat und Unternehmen resp. Staat und Privatpersonen ein anderes ist. Dies widerspiegelt sich denn auch in den komplexeren Beziehungen zwischen der Unternehmenswelt und staatlichen Akteuren, was sich schliesslich auch auf das Online-Angebot auswirkt. Zudem ist denkbar, dass Unternehmen bereits über einen grösseren Erfahrungsschatz in Zusammenhang mit E-Government-Angeboten verfügen. So zumindest lassen sich die Ergebnisse der Nutzung verschiedener Online-Dienstleistungen interpretieren. Brancheninformationen, Angebote zu Unfallversicherung/Suva, Gesetzessammlung, Hintergrundberichte und Angebote zu AHV, IV, EO werden von den FirmenvertreterInnen mehrheitlich online abgewickelt resp. verwendet. Dies kann dazu führen, dass auch ihre Ansprüche an derartige Angebote gestiegen sind. Unabhängig davon, welche Gründe für die unterschiedliche Einstellung gegenüber dem Internetangebot verantwortlich sind, steht eines fest: Das E-Government-Angebot für die Bevölkerung und vor allem für Unternehmen verfügt über Verbesserungspotenzial wie z.B. neuartige Angebote oder eine allgemeine Verbesserung der Benutzerfreundlichkeit.

## 2.1.4 Bekanntheit von Webseiten

Sowohl Privatpersonen als auch FirmenvertreterInnen nennen spontan verschiedene Internetseiten der Behörden. Unter den FirmenvertreterInnen verfügen die Webseiten der Kantone über die grösste Bekanntheit. Dies überrascht nicht, sind doch die Kantone eine wichtige Bezugsquelle für Unternehmen. Ebenfalls relativ häufig genannt wird [www.admin.ch](http://www.admin.ch) und Unterseiten sowie die Webseiten von Gemeinden.

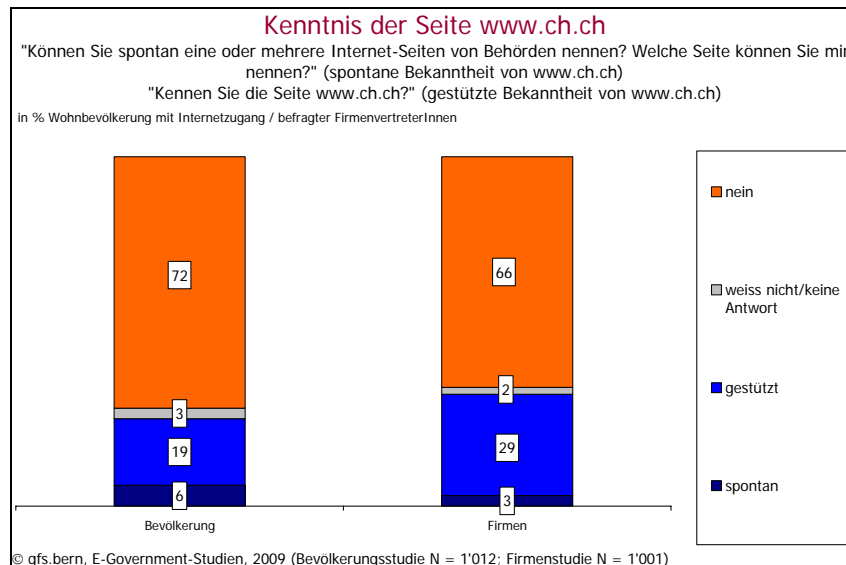
Grafik 1:



In der Bevölkerung geniessen Webseiten von Gemeinden und von Kantonen über die grösste spontane Bekanntheit. Auch dies ist nicht erstaunlich, ist die Gemeinde für Privatpersonen doch die erste Anlaufstelle in Zusammenhang mit Behördengängen. Können die Anliegen auf dieser Stufe nicht gelöst werden, ist der Gang zu einer kantonalen Stelle die logische Konsequenz. Zwischen Unternehmen und Bevölkerung zeigt sich eine Gemeinsamkeit: Sie erwähnen spontan häufig jene Webseiten, zu deren Stelle/Behörde sie den grössten Bezug haben.

Das Portal [www.ch.ch](http://www.ch.ch) gehört weder bei Unternehmen noch in der Bevölkerung zu einer dieser Webseiten. So wird die Webseite spontan denn auch nur selten erwähnt. Das bedeutet aber nicht, dass [www.ch.ch](http://www.ch.ch) gänzlich unbekannt ist. Der Anteil Personen, die [www.ch.ch](http://www.ch.ch) nach direkter Nachfrage kennen, ist zwar immer noch minderheitlich, aber nicht vernachlässigbar. Vor allem bei FirmenvertreterInnen genießt die Seite eine gewisse Bekanntheit.

Grafik 2:



## 2.2 Die Angebotsseite

### 2.2.1 Vernetzung

Auf der Angebotsseite herrscht eine fast vollständige Vernetzung. Im Speziellen gilt dies für Kantone und Bundesämter, die neben einer eigenen Webseite auch die Möglichkeit bieten, mit ihnen elektronisch – per Mail oder Formular – in Verbindung zu treten. Auf Gemeindeebene ist die Vernetzung noch nicht ganz so weit fortgeschritten wie auf Ebene der Kantone und der Bundesämter. Vor allem kleinste und kleine Gemeinden verfügen seltener über eine eigene Webseite als grössere. Zudem bieten diese auch weniger häufig die Möglichkeit eines elektronischen Kontakts. Allerdings zeigt sich im zeitlichen Vergleich, dass immer mehr Gemeinden über eine eigene Webseite und elektronische Kontaktmöglichkeiten verfügen. Es ist deshalb anzunehmen, dass sich die Vernetzung der kleinsten und kleinen Gemeinden weiterhin verbessern wird.

Unterschiede zwischen den drei Ebenen zeigen sich nicht nur bezüglich Vernetzung, sondern auch bezüglich Aktualität der Webseiten. Vor allem Kantone, aber auch Bundesämter haben sowohl ein breites als auch aktuelles Angebot. Die Aktualität ist von den jeweiligen Themenbereichen abhängig. Es liegt in der Natur der Sache, dass statische Bereiche weniger häufig aktualisiert werden als sich ändernde Themen. Auf Stufe der Gemeinden ist die Aktualität des Webangebots nicht nur von der Art des Bereichs/Themas abhängig. Vielmehr zeigt sich hier, dass grössere Gemeinden und Städte ihre Webseite häufiger aktualisieren als kleinste und kleinere Gemeinden.

Sowohl die Vernetzung als auch die Aktualität der Webseiten werden auf Gemeindeebene von einem Faktor beeinflusst, der Grösse der Gemeinde. Kleine Gemeinden haben weni-

ger finanzielle und personelle Ressourcen, was sich auch auf ihr Internetangebot auswirkt. Es ist aber damit zu rechnen, dass Internetangebote auch auf dieser Stufe (weiter) ausgebaut werden.

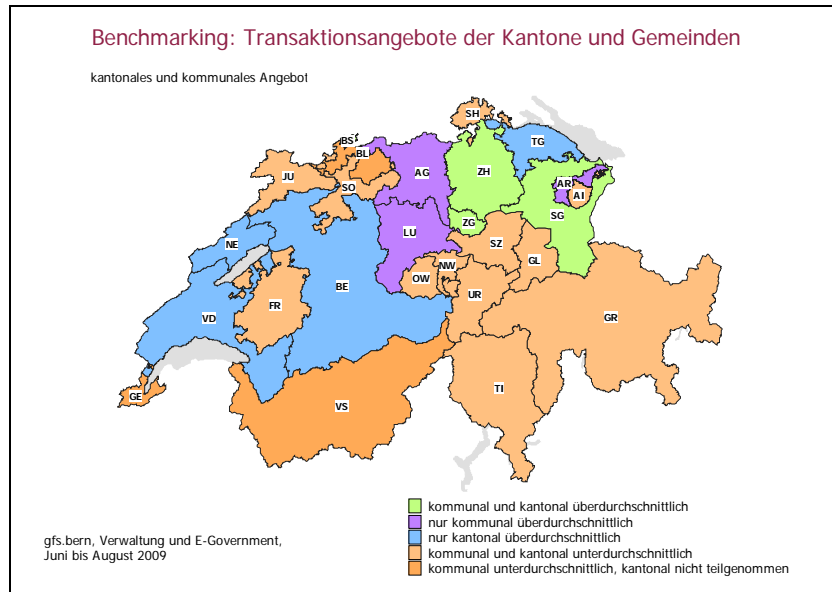
### **2.2.2 Konkrete Angebote**

Die Angebotsausgestaltung zwischen Gemeinden, Kantonen und Bundesämtern variiert. Auf Gemeindeebene sind hauptsächlich Informations- und weniger Transaktionsangebote anzutreffen. Dies gilt vor allem für kleinere Gemeinden, in denen das Angebot prinzipiell eher klein ist. In grösseren Gemeinden nimmt nicht nur das Informations- sondern auch das Transaktionsangebot zu. Neben den knapperen Ressourcen kleiner Gemeinden dürfte auch die unterschiedlich grosse Nachfrage zu diesen Differenzen führen. Oder anders formuliert: Die Nachfrage nach kommunalen Dienstleistungen – unabhängig davon, ob diese nun auf herkömmlichen Weg oder elektronisch angeboten werden – steigt mit der Zahl der EinwohnerInnen. Insofern erstaunt es nicht, dass in diesen Gemeinden häufiger Online-Angebote zur Verfügung stehen, stellen diese doch für verschiedenste Anliegen eine gute Alternative dar. Auch wenn man über alle Gemeinden betrachtet von der Existenz eines breiten Informationsangebots ausgehen kann, ist im zeitlichen Vergleich eine Stagnation in der Entwicklung der Angebote festzustellen. Aber: Mehrheitlich planen die Gemeinden einen weiteren Ausbau ihrer E-Government-Angebote. Dies gilt vor allem für diverse Online-Dienstleistungen, die Informationsangebote oder allgemeine Projekte wie komplette Überarbeitung der Webseite.

Während bei den Gemeinden in Bezug auf die E-Government-Angebote Stagnation herrscht, ist bei den Kantonen ein deutlicher Ausbau festzustellen. Aber nicht nur der Ausbau unterscheidet die Kantone von den Gemeinden; vielmehr ist das Angebot auf dieser Ebene generell umfangreicher. Vor allem das Informationsangebot ist praktisch flächendeckend vorhanden. Zu den Spitzenreitern im Bereich Transaktionsangebote zählen Thurgau, Bern und Zürich. Aber auch Basel-Stadt, Zug, St. Gallen, Waadt und Neuenburg verfügen über ein überdurchschnittlich gut ausgebautes Transaktionsangebot. Der unterschiedliche Ausbau der Transaktionsangebote in den Kantonen scheint von ähnlichen Faktoren abhängig zu sein wie jener auf Gemeindeebene: In kleinen, finanzschwachen und ländlichen Kantonen ist das Online-Angebot kleiner als in grösseren, finanzstarken und urbaneren.

Die Entwicklung resp. der Ausbau der E-Government-Angebote ist auf Kantonsebene noch nicht abgeschlossen. Alle Kantone planen einen weiteren Ausbau ihres Online-Angebots. Die Ausbaupläne sind vielfältig. Sie reichen von einem Mehr an elektronischen Dienstleistungen für Privatpersonen und Unternehmen, über technische Neuerungen oder Totalerneuerungen in struktureller und grafischer Hinsicht bis hin zur Zusammenführung von Kantonen und Gemeinden.

Grafik 3:



Über die genaue Entwicklung der Angebote in den Bundesämtern können keine exakten Schlüsse gezogen werden. Es scheint aber, als dass sich auch auf dieser Ebene Transaktionsangebote weiter ausbauen. Die Art der Angebote ist sehr unterschiedlich, hängt sie doch in erster Linie vom jeweiligen Bundesamt und seinen Aufgaben ab. Das Informationsangebot ist demgegenüber grundsätzlich stabil geblieben. Allerdings gibt es hierfür teilweise auch zentrale Lösungen der Bundesverwaltung. Es ist damit zu rechnen, dass es auch bei den Bundesämtern künftig mehr E-Government-Angebote geben wird. So planen sie vor allem eine quantitative Ausweitung der Transaktions- und Informationsangebote.

### 2.2.3 Einschätzung des Angebots und Zukunftsperspektiven

Das aktuelle E-Government-Angebot wird je nach Ebene etwas unterschiedlich bewertet. So geht gut die Hälfte der Gemeinden davon aus, dass die Angebote auf allen Staatsebenen (Gemeinde, Kanton und Bund) den aktuellen Bedürfnissen genügen. Teilweise wird aber auch die Notwendigkeit eines leichten Ausbaus festgestellt. Ein ähnliches, aber nicht ganz so deutliches Bild zeigt sich bei den Bundesämtern. Hier sieht man die Bedürfnisse auf Ebene Gemeinde und Kantone, aber auch auf Ebene des Bundes erst minderheitlich erfüllt, weshalb ein weiterer Ausbau nötig ist. Am unzufriedensten mit der aktuellen Situation sind die Kantone. Nur selten sind sie der Ansicht, dass die aktuellen Bedürfnisse erfüllt werden. mehrheitlich gewünscht wird deshalb ein weiterer Ausbau, vor allem auf Ebene Gemeinde und Kanton.

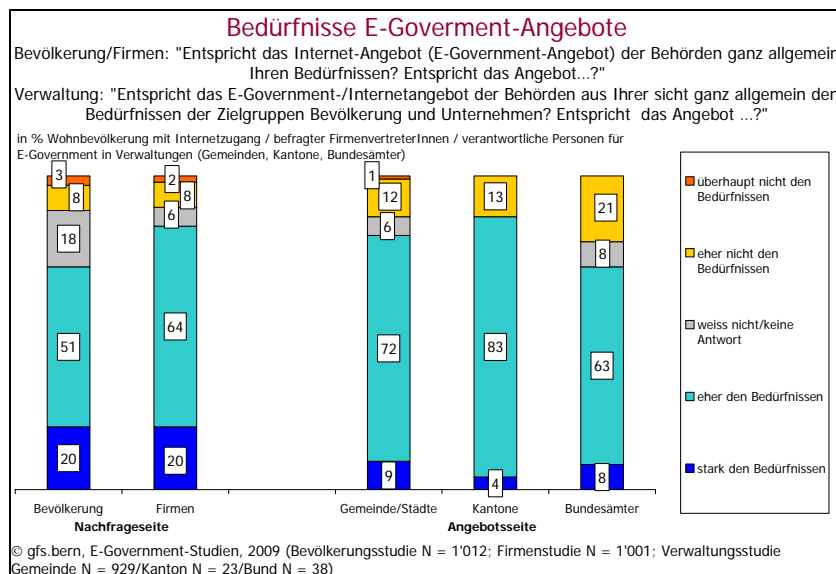
Vermehrte Einigkeit herrscht demgegenüber mit Blick auf die Zukunft. Generell wird davon ausgegangen, dass auf allen Ebenen ein gewisser Ausbau stattfinden muss, um die künftigen Bedürfnisse zu erfüllen. Am deutlichsten wird diese Ansicht in den Kantonen vertreten. Sie orten nicht nur für sich selbst, sondern auch für die Gemeinden und Bundesämter die Notwendigkeit eines teilweise starken Ausbaus. Bundesämter gehen demgegenüber davon aus, dass der Ausbau vor allem in den Gemeinden stattfinden muss. Gemeinden sind sich diesbezüglich mit Bundesämtern einig: Auch sie finden, dass ein teilweiser Ausbau vor allem hier stattfinden muss.

## 2.3 Vergleich zwischen Angebot und Nachfrage – Harmonisierungsfragen

### 2.3.1 Bedürfnisse

Sowohl auf Nachfrage- als auch auf Angebotsseite wird das existierende E-Government-Angebot als den Bedürfnissen entsprechend beurteilt. Allerdings sind sowohl auf Seite der Nachfragenden als auch der Anbietenden nur Minderheiten der Meinung, dass das Angebot stark den Bedürfnissen entspricht. Auf Nachfrageseite sind jeweils 20 Prozent der Befragten dieser Meinung. Kritischer ist die Haltung auf Angebotsseite. So sind neun Prozent der GemeindevertreterInnen, acht Prozent der VertreterInnen der Bundesämter und vier Prozent der KantonsvertreterInnen der Meinung, dass das E-Government-Angebot stark den Bedürfnissen entspricht.

Grafik 4:



FirmenvertreterInnen sowie Privatpersonen mit Internetzugang sind demnach weniger kritisch eingestellt als die Anbietenden selbst. Die positive Haltung gegenüber dem Angebot zeigt sich bei FirmenvertreterInnen etwas deutlicher.

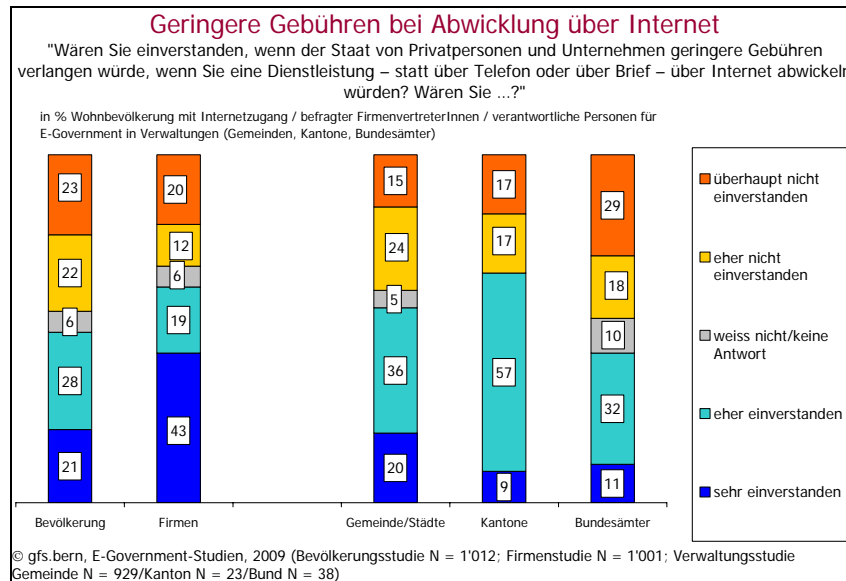
Auf Angebotsseite sind vor allem die Kantone der Ansicht, dass das existierende Angebot eher den Bedürfnissen entspricht. Sie sind es, die ihr Online-Angebot innert Jahresfrist deutlich ausgebaut haben und als eigentliche "Motoren" im Bereich E-Government bezeichnet werden können. Am wenigsten sind VertreterInnen der Bundesämter davon überzeugt, dass das E-Government-Angebot den Bedürfnissen von Unternehmen und Privatpersonen entspricht.

Es kann festgehalten werden: Die Entwicklungen im Bereich E-Government-Angebot gehen aus Sicht der Nachfragenden in die richtige Richtung, erfüllen die existierenden Bedürfnisse allerdings noch nicht vollumfänglich. Diese Einschätzung teilt auch die Anbieterseite. Eine logische Folge davon dürfte ein weiterer Ausbau oder die Verbesserung der bestehenden Online-Dienstleistungen sein.

Deutliche Unterschiede zeigen sich bezüglich der Einführung differenzierter Gebühren für den herkömmlichen und den Online-Weg sowohl auf der Nachfrage- als auch auf Angebotsseite. Auf Nachfrageseite sprechen sich die FirmenvertreterInnen mehrheitlich für die Idee aus. Eine relative Mehrheit von 43 Prozent wäre mit tieferen Gebühren für den On-

line-Weg sogar sehr einverstanden. Eine ambivalente Haltung zeigt sich bei der Wohnbevölkerung mit Internetzugang, was eher gegen als für unterschiedliche Gebühren spricht.

Grafik 5:



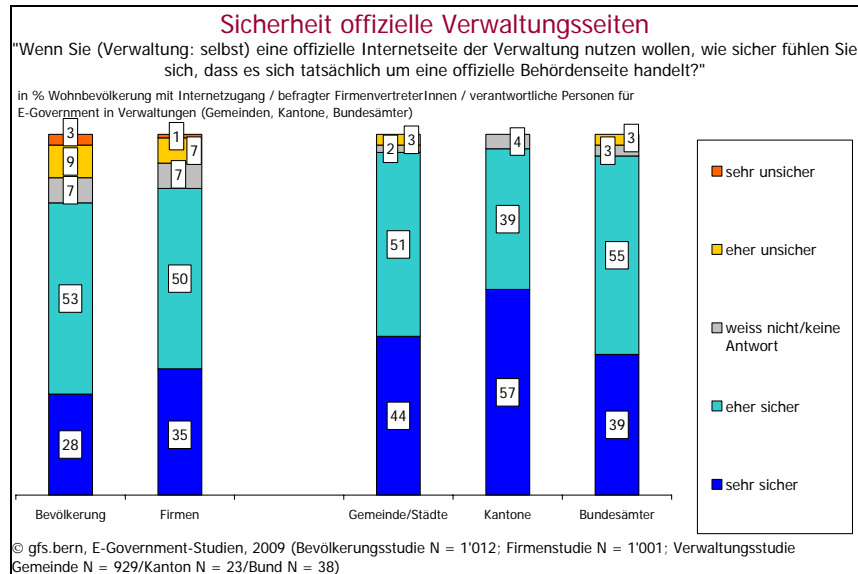
Auch auf Seiten der Anbietenden ist mit Vorbehalten gegenüber dieser Idee zu rechnen. Tiefere Gebühren finden zwar sowohl bei VertreterInnen der Kantone als auch Gemeinden mehrheitliche Zustimmung, doch zeigt sich auf beiden Ebenen auch ein deutlicher Anteil, die sich gegen solche Gebührenunterschiede aussprechen. Die Haltung der VertreterInnen der Bundesämter ist gar noch skeptischer.

Möglicherweise könnten tiefere Gebühren bei Unternehmen positive Anreize setzen, die staatlichen Online-Angebote (vermehrt) zu nutzen. Allenfalls wäre zu überlegen, für diese Zielgruppe solche Angebote zur Verfügung zu stellen, zumal auch auf Angebotsseite – vor allem Seitens der Kantone – mit einer gewissen Unterstützung zu rechnen ist. Die festgestellten Vorbehalte gegenüber den Preisunterschieden dürften aber zu Widerstand bei der Umsetzung führen.

### 2.3.2 Sicherheitsbedürfnisse und Vertrauen

Die offiziellen Internetseiten der Verwaltung lösen sowohl bei den Nachfragenden als auch bei den Anbietenden (in der Rolle als Nachfragende) selten offensichtliche Sicherheitsbedenken aus. Vor allem die befragten VertreterInnen der Anbotsseite vertrauen darauf, dass es sich beim Besuch einer Webseite der Verwaltung effektiv um eine echte Webseite handelt und nicht um eine Kopie, die auf andere Inhalte führt (Stichwort: Phishing).

Grafik 6:



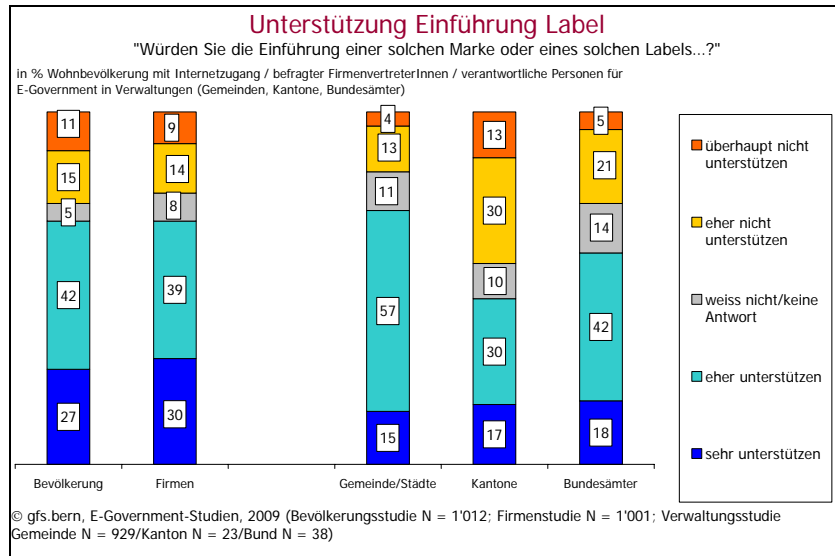
Die Sicherheitsbedürfnisse der Anbietenden sind demnach besser erfüllt als jene der nachfragenden Privatpersonen und Unternehmen. Ein möglicher Grund für diesen Unterschied dürfte in den gemachten Erfahrungen mit Webseiten der Verwaltung sein. VertreterInnen von Gemeinden, Kanton und Bundesämtern kennen das offizielle staatliche Internetangebot besser, weshalb sie auch ein grösseres Vertrauen aufbauen konnten.

Trotz der auf den ersten Blick guten Resultate ist nicht von einem absoluten Vertrauen und Sicherheitsgefühl auszugehen. Das lässt sich aus den hohen Anteilen Befragter, die mit "eher sicher" antworteten, schliessen. Eine Datenpanne oder ein anderes ähnliches Problem könnte sich letztlich negativ auf die Sicherheit im Umgang mit öffentlichen Webseiten auswirken.

Die Einführung einer Marke oder eines Labels, mit dem die offizielle Behördenseite gekennzeichnet würde, stösst vor allem auf Angebotsebene auf unterschiedliche Reaktionen. So ist nur eine Minderheit der Kantone der Meinung, dass ein solches Label das Vertrauen in die Internetseiten der Verwaltung stärken kann. Auf Seiten der Gemeinden und der Bundesämter sind demgegenüber Mehrheiten dieser Meinung. Auf Seite der nachfragenden Privatpersonen und Firmen sind keine derartigen Unterschiede festzustellen. Beide Gruppen sind mehrheitlich der Meinung, dass ein Label das Vertrauen stärken kann. Es erstaunt denn auch nicht, dass Unternehmen und Privatpersonen die Einführung eines solchen Labels in gleichem Ausmass mehrheitlich unterstützen würden.

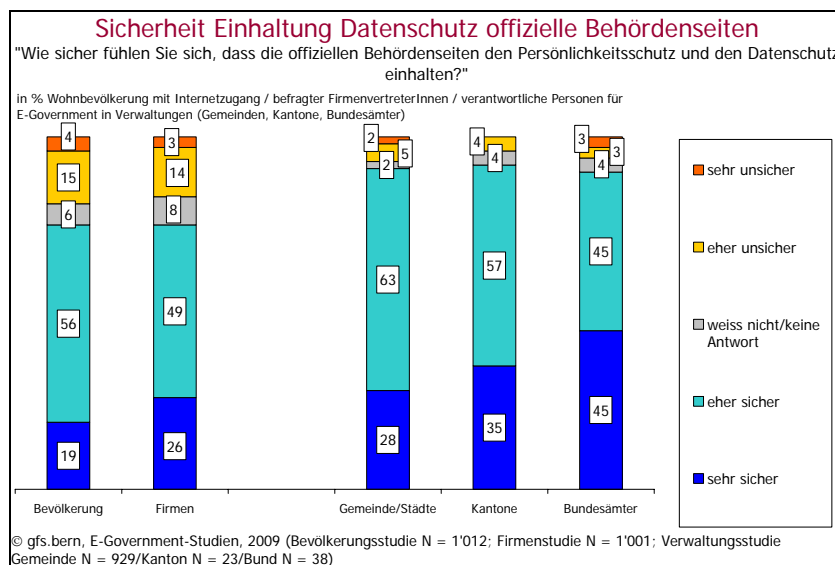
Nicht so auf Angebotsseite. Während Gemeinden und Bundesämter eher hinter der Einführung eines Labels stehen, zeigt sich bei den Kantonen eine ambivalente Haltung. Diese Gruppe fühlt sich auf den offiziellen staatlichen Webseiten sicher und ist zudem nur minderheitlich der Ansicht, dass eine Kennzeichnung vertrauensbildend sein kann. Mit der Kurzbezeichnung der Kantone verfügen die Kantone allerdings bereits über eine gute Identifikation, weshalb für diese Gruppe der Problemdruck weniger hoch ist als auf Seiten der Gemeinden.

**Grafik 7:**



Die Beurteilung der Einhaltung des Persönlichkeits- und Datenschutzes fällt vor allem auf Seiten der Anbietenden positiv aus. VertreterInnen aller Ebenen sind mehrheitlich sicher, dass Daten- und Persönlichkeitsschutz eingehalten werden. Das grösste Vertrauen diesbezüglich geniessen offizielle staatliche Internetseiten bei den Bundesämtern. Nicht ganz so deutlich von der Sicherheit der Angebote überzeugt sind demgegenüber die Kantone und – noch deutlicher – die Gemeinden.

**Grafik 8:**

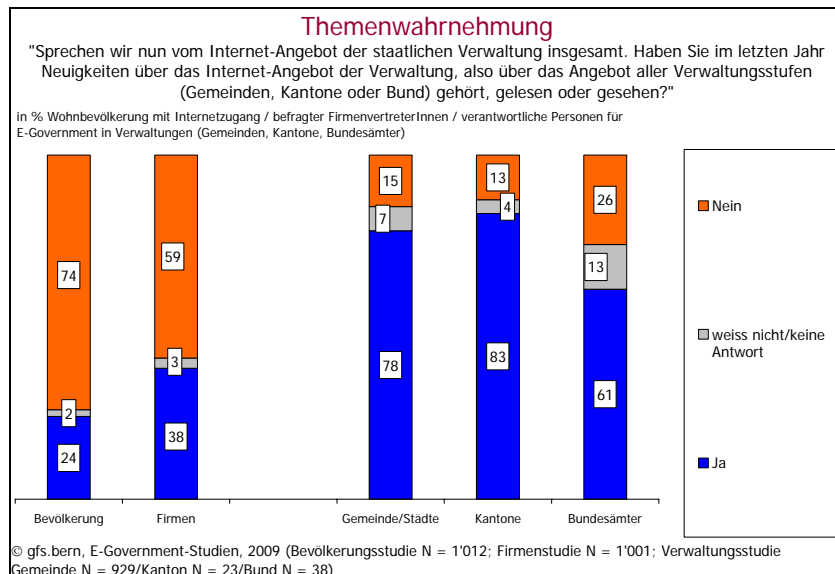


Auch die Nachfrageseite ist mehrheitlich der Ansicht, dass der Daten- und Persönlichkeitsschutz eingehalten werden. Allerdings ist diese Sicherheit nicht ganz so klar gegeben wie auf der Angebotsseite. Deutliche Hinweise darauf, dass die Sicherheitsbestimmungen eingehalten werden, könnten das Sicherheitsgefühl der Privatpersonen und Unternehmen möglicherweise stärken.

### 2.3.3 Themenwahrnehmung

Unterschiede zwischen der Angebots- und der Nachfrageseite zeigen sich bei der Wahrnehmung von Neuigkeiten über das Internetangebot der Verwaltung. Am seltensten werden Neuigkeiten von den nachfragenden Privatpersonen memoriert. Aber auch der Anteil befragter FirmenvertreterInnen, die diesbezüglich etwas wahrgenommen haben, ist minderheitlich. Ein anderes Bild zeigt sich auf der Angebotsseite. Neuigkeiten rund um das staatliche Internetangebot werden auf allen drei Ebenen mehrheitlich wahrgenommen. Vor allem in Kantonen und Gemeinden scheint das Thema präsent zu sein.

Grafik 9:



Nicht nur die Häufigkeit der Wahrnehmung von Neuigkeiten/Themen unterscheidet sich zwischen Anbietenden und Nachfragenden. Vielmehr werden auch differente Neuigkeiten wahrgenommen. So werden auf Angebotsseite effektiv Themen erwähnt, die in einem direkten Zusammenhang mit E-Government-Angeboten stehen. Dazu gehören z.B. Navigation und Technik, Online-Schalter/E-Government, thematischer Aufbau oder E-Voting. Auf Seiten der Nachfragenden, vor allem bei Privatpersonen, zeigt sich ein anderes Bild. Hier werden nicht konkrete Neuigkeiten rund um E-Government-Angebote genannt, sondern themenspezifische Inhalte, die auf elektronischem Weg konsultiert wurden. Auch bei FirmenvertreterInnen dominiert diese Art von Neuigkeiten, wobei sie teilweise auch Bezüge zu elektronischen Angeboten wie Webseiten, neue Online-Dienste oder Newsletter erwähnen.

Privatpersonen unterscheiden demnach kaum zwischen wahrgenommenen Inhalten und den Neuigkeiten rund um E-Government-Angebote. So wird denn eine der möglichen Schlüsseldienstleistungen von E-Government, das E-Voting, kaum erwähnt. Es scheint, als ob die konkreten Inhalte für diese Zielgruppe zentraler sind. Möglich ist aber auch, dass sie aufgrund der noch eher geringen Erfahrungen mit E-Government-Angeboten (noch) nicht derart sensibilisiert sind, als dass sie diesbezüglich Themen wahrnehmen würden. In der Konsequenz dürfte die grössere Erfahrung im Umgang mit staatlichen Internetangeboten dazu führen, dass FirmenvertreterInnen sensibler sind und deshalb teilweise auch spezifische E-Government-Angebotsneuheiten wahrgenommen haben. Nicht überraschend ist, dass Personen, die mit E-Government-Angeboten zu tun haben (also die Angebotsseite) effektive E-Government-Themen nennen.

## 3. Synthese

### 3.1 Rekapitulation

Aufgrund der Ergebnisse der Bevölkerungs- und Firmenbefragung kann davon ausgegangen werden, dass sich sowohl das Wissen als auch die Einstellungen gegenüber dem Internet in eine Richtung entwickeln, in der diese elektronische Kommunikationsform wichtiger wird. Nicht nur neue Internetangebote wie soziale Netzwerkseiten, sondern auch neuartige Hardwareprodukte wie iPhones und Netbooks führen zu einer immer mobiler werdenden Kommunikation. Die ursprünglich vorhandene Skepsis gegenüber diesen neuartigen Technologien ist verflogen und das Internet zu einem festen Bestandteil des privaten und beruflichen Alltags geworden. Mehr als früher ist man bereit, private Daten Preis zu geben und vermehrt auf dem elektronischen Weg Geschäfte zu erledigen.

Die zunehmende Nutzung des Internets kann einen weiteren positiven Effekt auf die Nutzung von E-Government-Angeboten haben. Sie führt zu einer wachsenden Vertrautheit mit dem Medium Internet, zunächst wohl eher in Zusammenhang mit der Nutzung anderer Angebote (z.B. Downloads, Online-Shopping oder eBanking). Mit anderen Worten, ein Lernprozess beginnt. Zum einen wird der Schritt von der Nutzung "privater" hin zur Nutzung "staatlicher" Online-Angeboten kleiner. Zum anderen können durch das vermehrte Zurückgreifen auf das Internet auch neue Bedürfnisse geschaffen werden. Als Hinweis dafür sind die bevölkerungsseitigen Wünsche für mögliche E-Government-Angebote (z.B. Umzugsmeldung, Bibliotheksabfrage, etc.) zu verstehen. Vor allem Informationsangebote und einfachere Transaktionsangebote entsprechen immer häufiger einem nachfrageseitigen Bedürfnis.

Die Zufriedenheit mit dem Angebot ist mehrheitlich gegeben, kann aber sicherlich noch weiter verbessert werden. Möglichkeiten dafür sind technische Vereinfachungen/Verbesserungen der existierenden oder die Entwicklung von neuen Angeboten. In diesem Zusammenhang sind wohl auch Aspekte wie der schnelle und einfache Zugriff zu berücksichtigen, sind es doch vor allem Informationsangebote, die häufig genutzt werden. Bei der Ausgestaltung der Angebote ist ein weiterer Faktor zu nicht ausser Acht zu lassen: die unterschiedlichen Bedürfnisse der Zielgruppen Bevölkerung und Unternehmen. Die existierenden Angebote resp. die mit dem E-Government-Angebot gemachten Erfahrungen scheinen nicht ganz dieselben zu sein. Unternehmen beurteilen die Angebote etwas weniger positiv als die Bevölkerung. Die grössere Nutzung von E-Government-Angeboten hat möglicherweise dazu geführt, dass auch die Erwartungen an das Angebot gestiegen sind. Die Ansprüche der Bevölkerung gegenüber dem E-Government-Angebot dürften demgegenüber aufgrund der geringeren Erfahrungen noch zurückhaltender sein.

Die Nachfrageseite selber geht eher davon aus, dass ihre Bedürfnisse erfüllt sind als die Angebotsseite. Das Angebot entwickelt sich also in die richtige Richtung. Die Bedürfniserfüllung kann aber, da sind sich Angebot- und Nachfrageseite einig, weiter gesteigert werden. Aus Sicht der Anbietenden soll dies vor allem mit einem weiteren, geplanten Ausbau der Angebote geschehen. Dabei dürfen Aspekte wie Vertrauen und vertrauensfördernde Massnahmen nicht ausser Acht gelassen werden. Zwar fühlen sich Privatpersonen und Unternehmen mehrheitlich sicher auf den offiziellen Verwaltungsseiten; die absolute Sicherheit diesbezüglich herrscht aber nicht. Anbietende haben diesbezüglich ein besseres Bild von den offiziellen Angeboten. Die grösseren Erfahrungen mit dem Angebot könnten mit ein Grund für diese differente Einschätzung sein. In der Folge wird denn auch dem Nutzen eines Labels, das die offiziellen staatlichen Webseiten eindeutig kennzeichnet, unter-

schiedlich begegnet. Aus Sicht der Nachfrage würde sich die Einführung einer derartigen Kennzeichnung lohnen, könnte sie doch das Vertrauen in die E-Government-Angebote erhöhen. Zurückhaltender bewertet wird die Idee auf Angebotsseite. Vor allem Kantone scheinen eine solche Massnahme nicht unbedingt als sinnvoll zu erachten. Mit dem eindeutigen Kantonszeichen verfügen sie – im Gegensatz zu Gemeinden – jedoch bereits über ein gutes Merkmal im Online-Bereich. Für die Nachfragenden würde sich aber trotz des möglichen Widerstands seitens der Anbietenden lohnen.

## 3.2 Thesen

Aus den Ergebnissen können folgende Thesen abgeleitet werden:

### **These 1:**

E-Government-Angebote haben dank verschiedener Entwicklungen ein gutes Potenzial:

- Die positive Grundhaltung der Bevölkerung und Unternehmen gegenüber dem Internet und seiner Angebote ist für den Ausbau und die Weiterentwicklung in diesem Bereich ein Chance.
- Sie können vom vorhandenen Lernprozess im Umgang mit Online-Dienstleistungen, der Hemmungen und Bedenken abbaut sowie das Verhalten bezüglich persönlicher Daten verändert, profitieren.

### **These 2:**

Die grundsätzlich gute Bedürfniserfüllung und Zufriedenheit mit den bekannten E-Government-Angeboten können zu einer weiteren Steigerung der Nachfrage nach zusätzlichen Angeboten führen.

### **These 3:**

Die Nachfrage nach E-Government-Angeboten kann durch so genannte Schlüsseldienstleistungen (z.B. E-Voting, elektronische Steuererklärung) erhöht werden. Um das Potenzial solcher Angebote nutzen zu können, muss im Bereich E-Government ein eigentliches verwaltungsübergreifendes Themenmanagement etabliert werden. Ohne koordinierte Kommunikation werden die Themen resp. Angebote seitens der Nachfragenden kaum wahrgenommen.

### **These 4:**

Das Vertrauen in E-Government-Angebote ist dank des Absenders gegeben. Massnahmen wie die Einführung eines Labels zur Kennzeichnung öffentlicher Angebote sind wichtig, um das Vertrauen weiter ausbauen und allfälligen Problemen begegnen zu können.

**These 5:**

Durch die Einführung eines vertrauenswürdigen Labels reduziert sich die Bedeutung des eigentlichen Anbieters. Die Bekanntheit der Webseiten wird für die Nutzung weniger wichtig, da das Label ein Garant für die Sicherheit des E-Government-Angebots ist.

# Das gfs.bern Team

[Identität]



**LAURA KOPP**

Politikwissenschaftlerin, Projektleiterin.  
Schwerpunkte: Analyse politischer Themen und Issues, Evaluationen, Gesellschaftsthemen, Feldaufträge, international vergleichende Studien, Qualitativmethoden, Text- und Inhaltsanalyse, Abstimmungen und Wahlen, Publikationen im Rahmen der VOX-Analyse und auf Internet.

[Identität]



**LUKAS GOLDER**

Politikwissenschaftler, Mitglied der Geschäftsleitung, Senior-Projektleiter.  
Schwerpunkte: Integrierte Kommunikations- und Kampagnenanalysen, Medienwirkungsanalysen, Abstimmungen, Wahlen, E-Government.