

# Public Relations und Marketing für neue E-Government-Services

E-Government-Services haben es oft schwer, auf sich aufmerksam zu machen. Sie erscheinen nicht als gestylte Hardware mit attraktiven Apps wie etwa Smartphones, sondern als funktionale Dienstleistungen, eingebettet auf der bereits bestehenden Website einer entsprechenden Organisation. Es ist daher wichtig, dass E-Government sowohl Public Relations als auch Marketing betreibt. Beim Marketing steht die Produkt-, Kommunikations-, Distributions- und Preispolitik im Vordergrund, während es bei den Public Relations darum geht, die Beziehung mit der breiten Öffentlichkeit zu pflegen.



**Marlies Pfister**  
Leiterin Fachstelle  
E-Government Aargau  
marlies.pfister@ag.ch

## E-Government-Strategie Aargau

Für die Fachstelle E-Government Aargau ist die Betreuung von Informatikprojekten sehr komplex. Einerseits hat sie die Vorgaben auf Bundesebene zu berücksichtigen (Arbeiten der Konferenz der Kantonsregierungen, der Fachstelle E-Government Schweiz und des Vereins für die Festlegung von Standards für E-Government). Andererseits hat sie die Bedürfnisse der Aargauer Gemeinden zu erfassen und einzubringen. Dies wird durch die enge Zusammenarbeit mit dem Beauftragten der Gemeindepersonal-Fachverbände auf der Basis einer Rahmenvereinbarung garantiert. Die gemeinsam erarbeitete E-Government-Strategie Aargau beschreibt die Beziehung zum Bund und stellt die Ansprüche der Bevölkerung und der Wirtschaft ins Zentrum. Alle Beteiligten können somit von den bereits existierenden und von den zukünftigen medienbruchfreien Services profitieren. Als



**Helene Hirsbrunner**  
Stv. Leiterin Fachstelle  
E-Government Aargau  
helene.hirsbrunner@ag.ch

Querschnittsinstitution innerhalb der kantonalen Verwaltung ist die Fachstelle E-Government Aargau mit allen fünf Departementen und der Staatskanzlei vernetzt. Umfangreichere Projekte müssen dem Regierungsrat vorgelegt und schliesslich vom Grossen Rat genehmigt werden.

## Public-Relations-Massnahmen

Public-Relations-Massnahmen verfolgen das Ziel, die Beziehung zur Öffentlichkeit zu pflegen. Die noch junge Fachstelle E-Government Aargau hat bereits viele Public-Relations-Massnahmen durchgeführt. Damit diese nachhaltig sind, muss die Gesamtstrategie zuerst in der eigenen Organisation verankert sein. Bei strategischen Informatikprojekten ist die Unterstützung durch den Auftraggeber und weitere Förderer notwendig. Auf diese Unterstützung darf die Fachstelle E-Government Aargau zählen.

## Kommunikationsmittel und deren Effekte

**Referate:** In den letzten drei Jahren wurden über 40 Referate vor Fachpublikum gehalten. Nebst der Vermittlung von Detailinformationen konnte gleichzeitig auf die Projekte der Fachstelle E-Government Aargau aufmerksam gemacht werden. Gemeindevertreterinnen und -vertreter, Mitarbeitende der kantonalen Verwaltung und Interessierte aus Bevölkerung und Wirtschaft konnten dadurch für die wachsende Bedeutung von E-Government sensibilisiert werden.

**Events:** Im Herbst 2014 wurde die erste Veranstaltung zum Thema «E-Government-Information Aargau» durchgeführt. Die über 140 Teilnehmerinnen und Teilnehmer erhielten einen aktuellen Einblick in die E-Government-Welt. Das durchwegs positive Echo hat die Fachstelle E-Government Aargau motiviert, im Jahr 2015 eine weitere Informationsveranstaltung durchzuführen.

**Newsletter:** Der elektronische Newsletter E-Government Aargau wies gegenüber dem Vorjahr 18% mehr Abonentinnen und Abonnenten auf. Er wird drei bis vier Mal pro Jahr verschickt.

**Internet:** Die neu gestaltete Website der Fachstelle E-Government Aargau [www.egovernmentaargau.ch](http://www.egovernmentaargau.ch) hat sich eigenständig positioniert. Der Kooperationsgedanke zwischen Kanton und Gemeinden wird durch das moderne Logo und den eigenen Webauftritt betont.

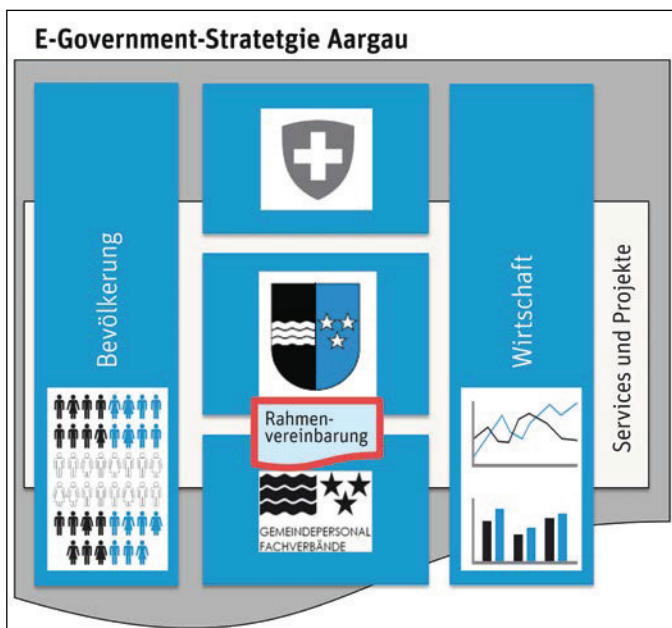


Abbildung 1: Die komplexe Einbettung von E-Government Aargau benötigt sowohl Public-Relations- als auch Marketing-Massnahmen.

- Factsheets: Factsheets haben sich als Informationsmittel bewährt. Sie werden an einen grossen Adressatenkreis verschickt und beinhalten wertvolle Erstinformationen zu neuen Themen und Projekten. Auf zwei Seiten verdichtet, dienen sie der Politik, den Gemeinden oder der kantonalen Verwaltung häufig als Entscheidungsgrundlage.
- Medienarbeit: Bei zentralen E-Government-Tätigkeiten wie der Überarbeitung der bisherigen E-Government-Strategie Kanton

Aargau müssen viele Stakeholder miteinbezogen und durch entsprechende Kommunikationsmittel informiert werden. Der Kanton Aargau hat deshalb über 40 Artikel zum Thema E-Government in einschlägigen Fachmedien veröffentlicht.

- Wettbewerbsteilnahme: Der Kanton Aargau schaffte es als einziger Schweizer Teilnehmer in den Final des 13. internationalen E-Government-Wettbewerbs und leistete somit einen der drei innovativsten Beiträge des Jahres 2014. Die positive Berichterstattung in den Print- und Onlinemedien konnte eine grosse Leserschaft auf die Arbeit der Fachstelle aufmerksam machen.
- Mündlicher Informationsaustausch: Mit allen föderalen Ebenen führt die Fachstelle E-Government Aargau regelmässig Gespräche. Der Informationsaustausch mit den Gemeinden wird besonders gepflegt, etwa durch gemeinsame Anlässe und Workshops. Der Austausch mit der Wirtschaft findet auf der Ebene der Steuerung E-Government Aargau statt, in der ein Wirtschaftsvertreter eingebunden ist.



Abbildung 2: Eigener Webauftritt mit neuem Logo von E-Government Aargau (www.e-governmentaargau.ch)

### Marketingmassnahmen

Beim Marketing geht es darum, das Produkt oder die Dienstleistung ins Zentrum zu rücken. Die oft zitierte Einteilung von Marketingmassnahmen in die vier P für Product, Promotion, Place und Price (Produkt-, Kommunikations-, Distributions- und Preispolitik) kann auch auf die E-Government-Services übertragen werden. Die Fachstelle E-Government Aargau kann verschiedene Dienstleistungen für die Wirtschaft (z.B. Publikation von Lehrstellen im Internet) und die Bürger (z.B. Fristerstreckung Steuererklärung) ausweisen. Das priorisierte Vorhaben A2.06 «Fundservice» zeigt beispielhaft, dass die eingesetzten Kommunikationsmittel effektiv waren: Bis 31. Dezember 2013 haben sich 201 Gemeinden der Kantonslösung angeschlossen, was einer Abdeckung von 87% der Aargauer Bevölkerung entspricht. Das Projektziel von 50% wurde damit weit übertraffen.

#### Marketingmassnahmen am Beispiel Fundservice

- Product (Produktpolitik): Die Erstinformation zum Produkt fand mit Unterstützung des IT-Anbieters anlässlich eines Workshops mit einem Kernteam bestehend aus je einem Vertreter der Gemeinden, der Städte und der Aargauer Regionalpolizei statt. Alle Beteiligten waren sich einig, dieses Projekt im geplanten Rahmen zu verfolgen.
- Promotion (Kommunikationspolitik): Projektbegleitend wurde eine Basisdokumentation erstellt und offen kommuniziert. Mit einem Factsheet wurden die beteiligten Stakeholder über Ziel, Nutzen und Umsetzung des Projekts informiert. Fachreferate vor Ort und ein Brief an alle Gemeinden hatten zum Ziel, allen Beteiligten die wichtigsten Informationen zukommen zu lassen.
- Place (Distributionspolitik): Bei einer webbasierten Lösung ist die Distribution einfach. Dennoch galt es, entscheidungsrelevante Punkte beim Distributionskanal klar zu definieren. Die Fachstelle E-Government Aargau hat sich deshalb vertraglich zwischen den

IT-Anbieter und die über 40 Vertragspartner aus Gemeinden und Regionalpolizeien gesetzt und im ersten Betriebsjahr die Registrierung der Nutzer und den First-Level-Support übernommen.

- Price (Preispolitik): Das Preismodell des priorisierten Vorhabens ergab sich aus der Rahmenvereinbarung zwischen dem IT-Anbieter und der Schweizerischen Informatikkonferenz. Dabei kamen alle bereits erwähnten Kommunikationsmittel zum Einsatz.

### Zusammenfassung

Um auf die Aktivitäten der noch jungen Fachstelle E-Government Aargau in ihrem komplexen Umfeld aufmerksam zu machen, sind Marketing- und Public-Relations-Massnahmen im grösseren Umfang unerlässlich. Kommunikationsmittel wie Referate, Anlässe, Präsentationen, Internet, Newsletter oder Factsheets können in beiden Bereichen – wenn auch mit unterschiedlichem Inhalt – erfolgreich genutzt werden.

#### Quellen

- <http://www.kuerzeundwuerze.ch/wissenswertes/wissen-von-a-z/public-relations/>
- <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/marketing.html>
- <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/public-relations-pr.html>
- [http://en.wikipedia.org/wiki/Marketing\\_mix](http://en.wikipedia.org/wiki/Marketing_mix)