

Antwort auf die Anfrage von Gleisenstein und Leschke zur ELOCAL

1. Wie sind die Verzögerungen im Zeitplan zu erklären? Welche Gründe haben dazu geführt, die Beta-Phase zu verlängern? Wann ist das Ende der Beta-Phase geplant?

Die geschlossene Testphase (Beta-Phase) von ELOCAL dauerte von Anfang Oktober 2012 bis Ende März 2013. Ziel war Informationen zu drei Fragekomplexen zu gewinnen: Wie sind die Prozesse der Informationsbeschaffung innerhalb der Verwaltung und das Schnittstellenmanagement zu gestalten, um den besonderen Bedingungen von ELOCAL und anderen internetbasierten Kommunikationsplattformen gerecht zu werden? Wie sind die Strukturen, Prozesse und Arbeitsweisen in der Pressestelle und dem OB-Bereich zu gestalten, um den Anforderungen von ELOCAL internetbasierten Kommunikationsplattformen gerecht zu werden? Wie wird ELOCAL durch die Bürger als Instrument der Verwaltungskommunikation und als Instrument für partizipative Demokratie angenommen?

Informationen zu den ersten beiden Fragenkomplexen konnte sehr schnell gewonnen werden. Um die dritte Frage zu beantworten, wurde anfangs ein geschlossener Kreis von rund 30 Personen ausgewählt, die reale Bürgeranfragen gestellt haben. Dazu wurden engagierte Frankfurter angesprochen. Da das Anfragenaufkommen durch diesen geschlossenen Personenkreis noch zu gering war, wurde der Testerkreis erweitert. Dies hat den Abschluss der Testphase etwas verzögert. Nach Abschluss der Beta-Phase wurde ELOCAL in einem offenen Betrieb mit den angemeldeten Nutzern weiterbetrieben. Derzeit sind über 70 Nutzer bei ELOCAL angemeldet. Außerdem wurde das Anmeldesystem noch verändert, so dass den Anforderungen des Datenschutzes besser Rechnung getragen wird. Eine auch medienwirksame Veranstaltung zum Startschuss von ELOCAL war am 3. September.

2. Wie bewertet die Verwaltung die ersten Erfahrungen mit der Plattform ELOCAL? Welche Vorteile bietet die Plattform gegenüber der Plattform „Märker“ des Landes Brandenburg?

„Märker“ ist ein reines Instrument der Verwaltungskommunikation und erfüllt die Aufgaben eines reinen Anliegenmelders. Sowohl in der Anlage von „Märker“ als auch in deren Selbstdarstellung wird dies deutlich. ELOCAL erfüllt auch alle Aufgaben, die an eine Plattform für Verwaltungskommunikation und Anliegenmeldung gestellt werden. Darüber hinaus kann und soll ELOCAL hauptsächlich von seiner Anlage her ein als Instrument für partizipative Demokratie dienen, das heißt als ein Instrument für Bürgerdialog und -beteiligung. Der Aspekt der partizipativen Demokratie ist dem „Märker“ fremd. Ein System, das beide Aufträge erfüllen kann, ist deshalb auch in Hinsicht demokratischer Aspekte, sinnvoller.

3. Wie wird der Regelbetrieb von Elocal angestrebt?

Der Regelbetrieb von ELOCAL läuft. Am 3. September war der medienwirksame Start.

4. Welche Kosten (Personal, Sachkosten) sind in der Erprobungsphase von ELOCAL angefallen?

Für die Erprobung von ELOCAL sind keine Sachkosten angefallen. Die Erprobung wurde vom Bürgerkommunikator und vom Pressesprecher im Rahmen ihres normalen Auftrages und ihrer Regeltätigkeiten der Bürgerkommunikation und der Informationsvermittlung ausgeführt.

5. Welche Kosten werden zukünftig durch die Nutzung von ELOCAL anfallen? Sind zusätzliche Personalkapazitäten notwendig, um das Angebot bereit zu stellen und zu pflegen? Sind ggf. (Personal)Einsparungen durch Synergieeffekte zu erwerben?

Für die Nutzung von ELOCAL werden zukünftig keine Kosten anfallen. Es sind keine zusätzlichen Personalkapazitäten notwendig. Synergieeffekte werden erzielt, weil ELOCAL als ein zusätzliches Mittel der schnellen Bürgerkommunikation genutzt werden kann – unter anderem anstatt Briefpost.

6. Wie ist der Stand der Etablierung eines Bürgerkommunikators und der Zentralisierung aller bürgerkommunikativen Verfahren in der Pressestelle?

Seit dem 1. März 2013 hat die Stadt das Amt eines Bürgerkommunikators eingerichtet. Er kümmert sich um alle Bürgeranliegen, die auf den unterschiedlichsten Wegen an den Oberbürgermeister gerichtet sind, darunter per Briefpost, per Telefon, per E-Mail oder auch durch ELOCAL. Dieser Bürgerkommunikator ist dem Büroleiter des Oberbürgermeisters unterstellt, da dort die meisten Anfragen eingehen.

7. Wie ist der Stand der Erarbeitung einer Social-Media-Strategie der Stadt? Welche Elemente soll sie enthalten?

Social Media sollen im Rahmen des Stadtmarketings vermehrt für die Kommunikation von Frankfurt (Oder) verwendet und in zu schaffende Stadtmarketing-Struktur eingebettet werden. Derzeit wird Social Media reaktiv betrieben. Im Konkreten heißt, dass die Pressestelle verschiedene soziale Medien auf für die Stadt relevante Fragestellung hin monitort und in die entsprechenden Informationskanäle innerhalb der Verwaltung einspeist.

