

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	1
1.1.	Rahmen der Arbeit	1
1.2.	Problemstellung und Ziel der Arbeit	2
1.3.	Methodik	3
2.	e-Government	5
2.1.	Definition	5
2.2.	Kommunikationsbeziehungen	6
2.2.1.	G2C (Government to Customer)	7
2.2.2.	G2B (Government to Business)	10
2.2.3.	G2G (Government to Government)	12
2.3.	Beziehungskomplexität Information, Kommunikation, Transaktion	13
2.3.1.	Information	15
2.3.2.	Kommunikation	17
2.3.3.	Transaktion	20
2.3.4.	Integration	21
2.4.	Front Office	22
2.4.1.	Das traditionelle Front Office	22
2.4.2.	Das elektronische Front Office	24
2.5.	Back Office	29
2.5.1.	Back Office als Produktionsstätte der Verwaltung	30
2.5.2.	Klassifizierung des Back Office	31
3.	Aufgaben und Ziele eines modernen Verwaltungsapparats	34
3.1.	Information Management und kommunale Datenzentralen bisher in Kommunen	34
3.1.1.	Probleme in den Kommunen	34
3.1.2.	Das Neue Steuerungsmodell	40
3.2.	Kommunen in einem sich verändernden Umfeld	43
3.2.1.	Übergang in die Informationsgesellschaft	44
3.2.2.	Engagierte Bürger	46
3.2.3.	Wettbewerb	47
3.2.4.	Entdeckung der Ressource Wissen	49
3.2.5.	luK und Verwaltungsmodernisierung	49
3.3.	Leitbild zur Nutzung der Potentiale der luK	50
3.3.1.	Die interaktive Verwaltung zwischen Handlungspotentialen und -hemmnissen	51
3.3.2.	Lokale luK Politik: Mehr als nur virtuelles Rathaus	54
3.3.3.	Grundfunktionen von luK im Modernisierungsprozess	56
3.3.4.	Strategisches Internet-Konzept für Kommunen	57
3.4.	Erwartungen an die moderne Verwaltung	64
3.4.1.	Erwartungen der Bürger	64
3.4.2.	Erwartungen der Unternehmen	66

3.4.3.	Erwartungen der gesellschaftlichen Organisationen.....	67
3.4.4.	Gesamtprofil und strategische Relevanz.....	67
4.	Das virtuelle Rathaus.....	69
4.1.	Definition	69
4.2.	Voraussetzungen	70
4.3.	Konzeptvorschlag „virtuelles Rathaus“	71
4.3.1.	Ganzheitlicher Ansatz.....	71
4.3.2.	Übertragbarkeit.....	71
4.3.3.	Skalierbarkeit.....	71
4.3.4.	Sicherheit.....	72
4.3.5.	Payment über Internet.....	74
4.3.6.	Die multifunktionale Chipkarte.....	75
4.3.7.	Verständliche Oberflächen und Gestaltungselemente.....	76
4.3.8.	Online Dienstleistungen.....	77
4.4.	Das Lebenslagenmodell.....	79
4.5.	Erfolgsfaktoren.....	81
4.5.1.	Leitbild und Strategie.....	81
4.5.2.	Organisation, Projekt- und Change Management.....	82
4.5.3.	Anwendungen und online Dienstleistungen.....	82
4.5.4.	Nutzen und Kosten.....	83
4.5.5.	Angepasste Technologien und Organisation des Technikeinsatzes	83
4.5.6.	Kompetenzen, Motivation und Qualifizierung.....	84
4.5.7.	Schaffung von Akzeptanz, Marketing.....	84
4.5.8.	Kooperation und Partnerschaften.....	84
4.5.9.	Nachhaltige Sicherung der Ressourcen.....	85
4.5.10.	Rechtmäßigkeit	85
4.6.	Usability und virtuelles Rathaus	86
4.6.1.	ISO 9241-11 und ISO 13407	87
4.6.2.	Content Usability	90
5.	Analyse des Business Case „Antrag auf eine Baukonzession“.....	93
5.1.	Beschreibung des Prozesses.....	93
5.1.1.	Externe Rollen	94
5.1.2.	Interne Rollen	95
5.2.	Modell des Prozesses	96
6.	Der Business Case als e-Service	98
6.1.	Konzeptstudie.....	99
6.1.3.	Sicht des Bauherrn	99
6.1.4.	Sicht des Projektanten.....	105
6.1.5.	Sicht der Gemeindebaukommission.....	109
7.	Zusammenfassung und Ausblick.....	116