

Bürgerfreundlichkeit ganz oben

Stadt Schneverdingen präsentiert sich mit neuer „Visitenkarte“ im Internet

SCHNEVERDINGEN (mwi). Natürlich soll eine Homepage attraktiv daherkommen, aber das allein reicht nicht. Und so spielte ein Aspekt die absolute Hauptrolle beim neuen Internetauftritt der Stadt Schneverdingen, der am vergangenen Mittwoch vorgestellt wurde: „Alles stand unter dem Stichwort ‚Bürgerfreundlichkeit‘“, betonte Bürgermeisterin Meike Moog-Steffens.

Wie sich die Heideblütenstadt bisher im Internet präsentiert hat, war in mehrfacher Hinsicht nicht mehr zeitgemäß. Und so ergab sich aus dem Stadtmarketing-Prozess die Notwendigkeit, die Präsenz im Netz von Grund auf zu „renovieren“: „Die Stadt gibt mit ihrem Internetauftritt ihre Visitenkarte ab. Das betrifft unsere Mitarbeiter ebenso wie die Bürgerinnen und Bürger und die vielen Gäste, die Schneverdingen besuchen. Eine solche Homepage muß modern und übersichtlich sein und heutigen Anforderungen gerecht werden. Und es ist wichtig, daß unser Corporate Design mit einfließt“, faßte Moog-Steffens die Kriterien zusammen.

Daß der Weg dahin lang war und um ein halbes Jahr nach hinten verschoben werden mußte, ergab sich aus dem Anspruch. Dazu die Bürgermeisterin: „Von September 2009 bis zum 2. April 2014 hat es gedauert. Aber gut! Ding will Weile haben, denn es sollte ein guter Auftritt werden, der alle Anforderungen erfüllt.“ Dazu gehörte im Vorfeld beispielsweise auch, die Wünsche der Bevölkerung auszuloten: „Wir sind auf die Bürgerbedürfnisse eingegangen, und das war ein längerer Diskussionsprozeß. Aber die Bürger wissen, was sie brauchen“, so Peter Plümer, Leiter des Fachbereichs „Inneres und Bürgerdienste“.

Mit einer eigenen Projektgruppe unter Leitung von Thomas Hirsch, zuständig für Information und Kommunikation, widmete sich die Stadt des-



Vorstellung des neuen Schneverdinger Internetauftritts: (v.l.) Thomas Hirsch, Resa Domurath, Meike Moog-Steffens, Frank Dalock und Sina Kunz.

halb der Konzeption der neuen Homepage. Hilfe von außen gab es dabei von der „Markplatz Lüneburger Heide Internet GmbH“, die für die Gestaltung sorgte und am vergangenen Mittwoch durch ihren Geschäftsführer Frank Dalock und seine Mitarbeiterin Sina Kunz vertreten war. Dieser Anbieterwechsel, so Hirsch, sei notwendig gewesen, „denn unsere Ziele waren mit dem alten Anbieter nicht erreichbar. Für uns ist entscheidend, uns mit dem Auftritt abzuheben und etwas Unverwechselbares zu zeigen, gleichzeitig aber ein intuitiv zu bedienendes Portal zu haben, das einlädt und nicht abschreckt.“

So zeigt die Startseite gleich oben links das geschwungene Logo in S-Form mit dem Slogan „Schneverdingen meine Heidekönigin“. Wer darauf klickt, kommt automatisch wieder zur Startseite. Die Logofarben finden sich in der Gestaltung der übrigen sechs Menüpunkte wieder. Die Klappen bei Mausberührung auf, bie-

ten übersichtlich strukturierte Untermenüs und führen den Nutzer zum Ziel, ohne ihn zu verwirren.

Doch nicht nur eine einfache Bedienung sollte der Internetauftritt bieten, sondern auch Verständlichkeit. Entsprechend wurden die Wortbeiträge verfaßt. Und die Stadt machte sich sogar die Mühe, die vom Land Niedersachsen vorgegeben Texte für bestimmte Themenbereiche vom „Kanzleideutsch“ zu befreien: „Die Beschreibungen von rund 700 Dienstleistungen mußten umformuliert werden. Das war ein Riesenaufwand“, so die Bürgermeisterin. Und Plümer: „Lediglich 20 europarelevante Texte durften wir nicht verändern.“

Doch nicht nur für die Nutzer ist die Homepage, deren Ansicht von wechselnden Bildern mit Schneverdinger Motiven bestimmt wird, einfach zu bedienen. Auch die Verwaltung hat es jetzt leichter, wie Resa Domurath

bestätigte. Sie hat die Chefredaktion für den Inhalt der Seiten übernommen: „Wir können jetzt problemlos Daten einpflegen - egal, ob Texte oder Fotos - und den Internetauftritt jederzeit aktualisieren. Damit sind wir wesentlich flexibler geworden. Früher war dies alles andere als einfach.“ Ein Vorteil, den auch Hirsch unterstreicht: „Das Vorgängersystem war ein Expertensystem und nur von Fachleuten zu bedienen. Jetzt ist für uns alles einfach, und davon lebt die Aktualität.“

Rund 15.000 Euro hat sich die Stadt den neuen Internetauftritt kosten lassen - eine Investition, die bei den Nutzern gut ankommen dürfte. Plümer zumindest konnte bereits am vergangenen Mittwoch berichten: „Bei uns gehen schon Dankesmails ein, weil die Bürger jetzt die gesuchten Informationen auch schnell finden.“ Wer sich selbst überzeugen möchte, sollte es einfach unter schneverdingen.de versuchen.