

Kommunalnews aus dem App-Store

Immer mehr Gemeinden verfügen über eine eigene App. Die Anbieter buhlen um neue Aufträge. Wann lohnt sich die Investition? Erst sollte man wissen, welche Inhalte man mittels App an den Bürger bringen will. Denn die kleinen Programme vernetzen immer mehr Informationen und bieten unterschiedlichste Funktionen. Von Patrick Aeschlimann



Von Kilchberg bis Reinach: Gemeindeeigene Apps liegen im Trend.

Bild: Marcel Müller

Apps müssten für jede Plattform neu programmiert werden, was Kosten verursache, die oft nicht nötig seien, meint Michael Bützer, Leiter Politikbereiche beim schweizerischen Gemeindeverband im Verbandsorgan «Schweizer Gemeinde». «Im Grunde genommen reicht ein Mobile Viewer, der die Gemeindeinformationen auf die Smartphones und Tablets bringt.»

Stimmt nicht, entgegnet Christian Schwengeler, Geschäftsführer der Anth-

razit AG, die auch Gemeindeapps anbietet: «Unsere Apps müssen nicht mehr für jede Plattform programmiert, sondern lediglich konfiguriert werden. Das heisst, man setzt den Gemeindennamen ein und lädt das Wappen hoch. Der Rest wird vollautomatisch generiert. Nur der Upload in die App-Stores ist noch ein manueller Prozess, welcher jedoch nicht durch die Gemeinde vorgenommen wird.» Auch punkto Kosten widerspricht Schwengeler der Verbandsmeinung: «Ein

Mobile Viewer ist sicher besser als nichts. Ob aber Aufwand und Ertrag im Verhältnis stehen, ist eine andere Frage. Die Adaption einer bestehenden Webseite kann mit hohen Kosten verbunden sein. Oft werden darum nur wenige Inhalte optimiert, die anderen fehlen somit auf dem Smartphone.» Hinzu kommt: Die Auswertung, wieviele Zugriffe auf welche Dienste erfolgen, ist bei einem Mobile Viewer oft eingeschränkt. «Mit einer App weiss man hingegen genau welche Services die Bürger auch wirklich nutzen», so Schwengeler.

Schaut man sich auf Gemeindefweb-sites um, entdeckt man immer häufiger Links auf den Google Play Store (für Geräte mit dem Android-Betriebssystem) und den App Store von Apple (für iPhone und iPad). Eine Suche bei Google Play fördert Gemeinde-Apps von Herisau bis Horgen und von Bubikon bis Wangen-Brüttisellen zu Tage. Offensichtlich setzen immer mehr Kommunen auf die kleinen Programme, die Inhalte für Smartphones und Tablets optimieren. Zielt Bützer mit seiner Aussage also an den Bedürfnissen seiner Verbandsmitglieder vorbei?

Beliebte Push-Nachrichten

Sowohl Verantwortliche in den Verwaltungen, als auch Exponenten der Herstellerfirmen (siehe «Überblick im App-Dschungel» ab Seite 26) sind sich einig, dass sich die Implementierung einer App nicht lohnt, wenn man damit nur die offiziellen Informationen aus Politik und Verwaltung an die Bürger bringen will. Die Möglichkeiten aktueller Apps gehen aber weit über dies hinaus: «Man muss sich ein Abbild der Stadt auf dem mobilen Gerät vorstellen, einen

digitalen Marktplatz. Dazu gehören sicher die offiziellen Infos, aber auch Informationen über den öffentlichen Verkehr, Restaurants, Geschäfte oder kulturelle Angebote», erklärt René Fitterer, Leiter Geschäftsentwicklung öffentliche Verwaltung & Gesundheitswesen bei der SAP (Schweiz) AG. Will man solche Angebote realisieren, stösst man mit einer für mobile Geräte optimierten Website an die Grenzen. Navigation mit GPS und Kartendiensten kann man über eine Homepage ebenso wenig anbieten, wie die Erfassung von QR-Codes mittels Kamera des Mobilgeräts, um Zusatzinformationen abzurufen.

Eine Umfrage bei Gemeinden, welche bereits Apps anbieten zeigt, dass Push-Nachrichten, also abonnierte Neuigkeiten auf Mobilgeräten, sich bei den Bürgern grosser Beliebtheit erfreuen. Das Angebot reicht, je nach Gemeinde, von Erinnerungen an Gemeindeversammlungen, an Abfall-, Altpapier, oder Kartonsammlungen, über Einladungen zu kulturellen Veranstaltungen bis zu Wahl- und Abstimmungsresultaten. Die Angebote der Hersteller sind dabei genauso vielseitig wie die Bedürfnisse der Gemeinden.

Orientierungshilfe für Gäste

Die Stadt Schlieren in der Zürcher Agglomeration ist in einem dynamischen Wachstumsprozess. Nicht nur die Einwohnerzahl, auch die Anzahl angesiedelter Unternehmen wächst. «Das Informationsbedürfnis der Neuzuzüger kann man heute nicht mehr einfach mit einer Broschüre decken», sagt Astrid Romer, Leiterin der Fachstelle Information und Kommunikation in Schlieren. «Die Benutzer schätzen vor allem die Push-Nachrichten im Zusammenhang mit dem Abfallkalender. Die App liefert schnell und unmittelbar Informationen und nutzt dabei die Ortungsdienste – es handelt sich also um eine Dienstleistung, die genau auf die mobile Nutzung zugeschnitten ist.» Wo sich viele Firmen niedergelassen haben, halten sich auch viele Auswärtige auf, seien es Angestellte, Kunden, oder Partner. «Diese kennen sich in Schlieren oft nicht gut aus und möchten wissen, wo sich die nächste Pizzeria, Apotheke oder Bushaltestelle befindet», erklärt Romer.

So vernetzt sich die Gemeinde via App mit dem lokalen Gewerbe – was zum Vorteile aller ist. Mit den Downloadzahlen ist Romer zufrieden: Zwei Monate nach der Lancierung wurde die App über 730 Mal installiert.

Eine andere Strategie verfolgt die St. Galler Bodenseegemeinde Steinach. Zusammen mit der Stadt St. Gallen und Gossau war man Pilotgemeinde eines regionalen App-Projekts. «Mit 3400 Einwohnern sind wir eine eher kleine Gemeinde und haben uns zweimal überlegt, ob wir wirklich eine eigene App brauchen», sagt Gemeindepräsident Roland Brändli (FDP). Der technologieaffine Politiker weiss aus eigener Erfahrung, dass man auf Mobilgeräten den meisten Internetverkehr via Apps abwickelt. Mit der Steinach-App hört das Angebot nicht an der Gemeindegrenze auf, sondern es werden auch Angebote wie Hofverkäufe und Restaurants aus der ganzen Region angezeigt. Eine Besonderheit ist der Fokus auf Umweltthemen: Die nächstgelegene Erdgastankstelle kann man sich bei Bedarf ebenso anzeigen lassen wie den nächsten Mobility-Standort – dank GPS-Service ist man jeweils auch über die Distanzen informiert. Viel Geld musste Brändli für das Angebot nicht in die Finger nehmen: «Wir haben gleichzeitig auch unseren Webanbieter neu evaluiert. Da wir diesen gewechselt haben, bezahlen wir heute für einen qualitativ besseren Internetauftritt und die App gleich viel, wie vorher für die Präsenz auf dem Internet alleine.»

Kostenlos heisst nicht gratis

Eine Gemeinde-App kann man nicht nur kostenneutral, sondern gar kostenlos haben: Für das Angebot «miAPP» der Firma Miplan zahlt die Gemeinde keinen Rappen – und erhält erst noch eine der grafisch ansprechendsten Lösungen auf dem Markt. Wer die Dienstleistung bezahlt, wird ersichtlich, wenn man sich die Geschichte der Firma ansieht: Miplan ist mit Ortsplänen gross geworden, welche gratis an die Haushalte einer Gemeinde verschickt werden. Das lokale Gewerbe hat die Möglichkeit, auf diesen Plänen mit einem kostenpflichtigen Eintrag präsent zu sein. Dieses Geschäftsmodell wurde mit der App ins 21. Jahrhundert gebracht. Zahlen tut das Ange-

bot also nicht die Gemeinde, sondern die lokale Wirtschaft. Wer nicht zahlt, ist auf den Bildschirmen demzufolge auch nicht präsent.

Erstaunlicherweise hat sich mit Kreuzlingen just eine Gemeinde für diese Lösung entschieden, die mit der App auch den Detailhandel und die Gastronomie unterstützen will. Das Problem direkt an der Landesgrenze ist offensichtlich: Die meisten potenziellen Besucher lassen Kreuzlingen links liegen und profitieren in der deutschen Nachbarstadt Konstanz von den tiefen Europreisen. «Die App ist digitaler Stadtführer, Angebots-Portal für Handel und Gastronomie, Branchenverzeichnis und Veranstaltungskalender in einem. Mit aktuellen Informationen der Stadt ergänzt, stellt die App die optimale Schnittstelle zwischen Service public und lokalen Anbietern sowie Konsumenten und Nutzern dar», sagt Caroline Leuch, Leiterin Kommunikation und Stadtmarketing in Kreuzlingen. «Im Vorfeld haben wir verschiedene Anbieter evaluiert und uns nach Rücksprache mit dem Gewerbe auf diese Lösung geeinigt. Die Resonanz aus dem Detailhandel und der Gastronomie ist sehr gut, obwohl die Teilnehmer die Kosten für das moderne und kundennahe Werbemittel selber tragen», so Leuch

Geringer Mehraufwand

Gemeinsam ist den meisten App-Anbietern, dass der Aufwand zur Erfassung der Daten für die Verwaltungen klein ist. Mittels Schnittstelle werden Informationen, welche in das CMS der Website eingespielen werden, automatisch auch in die App integriert. Von welchem Hersteller die Web-Architektur stammt, ist sekundär. Mehraufwand ergibt sich nach der Einführungsphase eigentlich nur noch beim versenden von Push-Nachrichten.

Ob es eine App sein soll, oder ob tatsächlich eine für die Mobilansicht optimierte Website genügt, muss jede Gemeinde für sich selbst herausfinden. Fakt ist, dass die Apps immer mehr Möglichkeiten bieten um als Informationsdrehscheibe zwischen Politik, Verwaltung, Wirtschaft, Kultur und Bürger zu funktionieren. Der Vision eines virtuellen Abbildes des realen Stadtlebens kommen sie somit immer näher. ■

Überblick im App-Dschungel

Apps für Gemeinden gibt es von diversen Anbietern und in verschiedensten Ausführungen. Das «kommunalmagazin» hat einige Hersteller gefragt, was die kleinen Programme können und wo sie Gemeinden sinnvoll einsetzen können. Interviews: Patrick Aeschlimann

«Für Gemeinden kostenlos»

Was ist für eine Gemeinde der Mehrwert einer App gegenüber einer für mobile Geräte optimierten Website?

Die zunehmende Vielfalt und Userfreundlichkeit der Apps sorgt für eine rasant wachsende App-Kultur. Sie sind omnipräsent und als interaktiv nutzbares Kommunikationstool aus der modernen Informationslandschaft nicht mehr wegzudenken. Entscheidend ist: Welche kommunikative Aufgabe soll grundsätzlich erfüllt werden? Reine Information als simpler Service Public? Dann genügt die optimierte Website durchaus. Wenn aber strategische Imagepflege und Kontakt mit der Bevölkerung Themen sind, ist für innovative Gemeinden die eigene native App als logische Ergänzung des Angebots und flankierende Massnahme zur Standortförderung das Richtige. Als sehr zweckdienlich sehe ich die persönliche, direkte Ansprache der Endkunden wie Einwohner, Unternehmer und Gäste per Push-Notifikation.

Wann lohnt sich für eine Gemeinde die Implementierung einer App?

Wenn Profil gezeigt werden soll. Um spezielle Vorzüge, Dienstleistungen und Attraktionen zu bewerben. Wenn nachhaltige Kundenbindung ein Thema ist. Allerdings sollte

Roman Flury
ist Geschäftsführer der Miplan AG.



eine gewisse Einwohnerzahl ansprechbar sein, damit sich der Aufwand rechnet.

Was ist der grösste Fehler, den eine Gemeinde mit einer App machen kann?

Die Kardinalsünde ist das Unterlassen der Vermarktung. Diese ist unabdingbar, weil die App sonst nur über die Stores auffindbar ist. Die Bewerbung kann etwa jeder Korrespondenz mitgegeben werden oder am Schalter, auf Aushängen und öffentlichen Mitteilungen beworben werden. Um Resultate zu erzielen, müssen diese Aktivitäten nachhaltig betrieben werden. Entscheidend ist und bleibt aber die Aktualität der Inhalte, wie bei jedem digitalen Produkt.

Firma: Miplan AG
Website: www.miapp.ch

Was ist das Besondere an Ihrem Angebot?

Unsere «miAPP» ist für Gemeinden und Städte nicht nur kostenlos, wir sind auch Back-Office und übernehmen Redaktion, Schnittstellenpflege, Updates und Wartung der App. Entscheidend ist, möglichst vielschichtige Informationen zu bieten, die weit über herkömmliche, standardisierte Gemeindeinformation hinausgehen. So gehören aktuelle Angebote und Dienstleistungen von lokalen Unternehmen, Standorte von öffentlichen Toiletten, ÖV-Fahrpläne, Kino-Infos, Stellenportale und alles Interessante in der Region zum Inhalt. Dieser erweiterte Service schafft Kundenbindung und animiert zum gewohnheitsindizierten, regelmässigen Besuch der App. Flankierend zu unserem Service bewerben wir die «miAPP» mit einer Reihe von Offline- und Online-Werbemassnahmen als Handlungsaufforderung, damit die Konsumenten die App herunterladen und nutzen.

«Schweizweit vernetzt»

Christian Schwengeler
ist Geschäftsführer sowie Leiter Forschung & Entwicklung bei der Anthrazit AG.



Klarer Vorteil der App ist die Verfügbarkeit in den App-Stores. Zudem erhält man Zahlen über Downloads, Besucher und Anzahl der Push-Abonnemente. Dies hilft der Gemeinde, das Angebot entsprechend auszubauen. Der Versand von wichtigen Mitteilungen per Push-Nachrichten direkt auf das Smartphone ist ein echter Mehrwert für den Bürger. Zudem sind Verbindungen mit anderen Apps, wie etwa der Fristverlängerung der Steuererklärung, möglich.

Wann lohnt sich für eine Gemeinde die Implementierung einer App?

Wenn eine Gemeinde sich mit dem eigenen Brand positionieren und eine aktive Kommuni-

Firma: Anthrazit AG
Website: www.anthrazit.org

kationsstrategie verfolgen will. Mit einem Budget ab 3000 Franken kann eine individuelle Gemeinde-App erstellt werden. Alternativ oder ergänzend kann sich die Gemeinde mit einem monatlichen Betrag ab 39 Franken in der «City-Mobile-App» mit einem Gemeinde-Porträt schweizweit auf Smartphones und anderen mobilen Geräten optimal präsentieren – ohne Kosten für eine eigene App.

Was ist der grösste Fehler, den eine Gemeinde mit einer App machen kann?