

Kritische Masse

von Daniela Spahn

Nicht nur einzelne Städte und Gemeinden versuchen virtuelle Marktplätze zu entwickeln, der Trend der Darstellung im Internet geht zu interkommunalen Zusammenschlüssen, so genannten Regioportalen.

Bis vor wenigen Jahren wurde dem regionalen Aspekt im Internet nur eine sehr untergeordnete Bedeutung beigemessen. Dies hat sich in den vergangenen zwei Jahren deutlich gewandelt: Regioportale erfreuen sich großer Beliebtheit, nicht zuletzt, weil sich darüber soziale Kontakte innerhalb einer Region knüpfen lassen und – noch wichtiger – der bestehende Wirtschaftsraum virtuell untermauert und gefestigt werden kann, was letztlich Einkommen auch in ländlichen Regionen sichert.

Gerade Großunternehmen oder Banken mit einem regionalen Bezug, aber auch Gemeinden und andere öffentliche Institutionen haben einen Anreiz, sich hier zu betätigen. Während aus dem gewerblichen Umfeld in erster Linie ein Imagegewinn sowie die Besetzung strategischer Geschäftsfelder rund um das e-Business verfolgt wird, stehen für Gemeinden ganz andere Ziele im Mittelpunkt. Regioportale füllen, je nach Konzeption, eine Lücke, die kommunale Internetpräsenzen oftmals nicht abdecken können oder wollen.

So gestaltet sich beispielsweise die Implementierung von Kommunikationsanwendungen auf der kommunalen Homepage unter Umständen nicht nur kostenintensiv, sondern

scheitert – insbesondere bei kleineren Städten und Gemeinden – häufig daran, dass nicht ausreichend Besucher mobilisiert werden können, die diese Angebote auch nutzen. Es ist der klassische Fall, dass Kommunikation nicht zu-

stande kommt, weil die kritische Masse nicht überschritten wird. Regioportale können diese Lücke schließen, doch funktioniert dies nicht in jedem Fall.

Mit der Zielsetzung einer regionalen Kommunikationsplattform wurde vor etwas mehr als einem halben Jahr das Regioportal „Netz der Region“ wieder ins Leben gerufen, welches die eigentlich geographisch und gesellschaftlich nicht zusammengefasste Region zwischen Karlsruhe und Pforzheim virtuell verbindet. Neben Veranstaltungen, täglich aktualisierten Regionachrichten, einem umfangreichen Gewerbe- und Vereinsverzeichnis runden diverse interaktiven Komponenten, wie beispielsweise eine Gastronomiebewertung, die regionale Plattform ab.



Regionalportal: www.netz-der-region.de

Um tatsächlich ausreichend Besucher auf das Portal zu lenken und zu binden, wurden schon in der Planungsphase die Weichen gestellt: Da das Portal eine kleinere Region abdeckt, besteht grundsätzlich die Gefahr, dass die Anzahl der potenziellen Nutzer nicht ausreicht, um das Portal zu einem Selbstläufer werden zu lassen; hätte man die Grenzen der abgebildeten Region vergrößert, wäre aber durch die abnehmende gesellschaftliche Nähe die Motivation, aktiv zu werden, gesunken.

Der Erfolg dieser Portale hängt entscheidend davon ab, welche regionalen Institutionen und Gewerbebetriebe sich beteiligen, denn je breiter die Unterstützung aus dem gesellschaftlichen und gewerblich-

chen Umfeld, desto eher nimmt auch bei anderen Akteuren das Interesse an dem Portal zu – in der Praxis hört die notwendige aktive Beteiligung leider meist dort auf, wo regelmäßig Content und Einträge zu pflegen sind, und das kann ein Projekt zum Scheitern verurteilen. Dass ein vollständiger, aktueller und gepflegter Datenbestand wirklich unabdingbar ist liegt auf der Hand, denn anderenfalls bleibt jede Recherche ein lückenhaftes und damit eingeschränkt sinnhaftes Unterfangen.

Was Benutzer wirklich von einem regionalen Marktplatz erwarten, hängt auch von der gesellschaftlichen Struktur der Region ab. Ein virtueller Marktplatz gehört sicher dazu, wobei dieser in wirtschaftlich zerrissenen Gebieten, wie beispielsweise der Region zwischen Karlsruhe und Pforzheim, einen wesentlich höheren Stel-

lenwert genießen dürfte. Das abgebildete Gewerbeverzeichnis wird dagegen in wirtschaftlich eng verwebten Regionen tendenziell eher von den Anbietern auf der Suche nach ihrem eigenen Eintrag als von den Nachfragern aufgerufen.

Schon eher werden interaktive Bereiche genutzt, allerdings nur dann, wenn dafür keine großen Barrieren zu überwinden sind: Komplizierte Anmeldeverfahren (Login) zur Sicherung der Qualität der Einträge mögen für Fachportale funktionieren, ob die angesprochene Zielgruppe in der Region ein solches System akzeptiert, muss bezweifelt werden. Im Falle des „Netz der Region“ hat sich gezeigt, dass der notwendige Login zur Nutzung interaktiver Funktionen eine höhere Barriere darstellte als erwartet. Alternativ lassen sich interaktive Bereiche auch ohne Anmeldezwang

durch eine Kontrolle seitens des Portalbetreibers sichern, was natürlich den administrativen Aufwand erhöht. Hier zeigt sich, dass eine manuelle Sicherung der technischen oftmals vorzuziehen ist, so dass eine Kommunikation innerhalb der virtuellen Region erst einmal hinreichend zustande kommt.

Der erfolgreiche Aufbau eines Regionportals erfordert natürlich noch mehr als nur passive Pflege, auch die aktive Betreuung außerhalb des Webauftritts gehört dazu. Die Durchführung von Events, Präsenz auf regional bedeutenden Veranstaltungen und Festen oder Live-Berichterstattungen aus der Region binden die Besucher langfristig an das Portal.

Daniela Spahn ist Inhaberin der Agentur web-Contact, die kommunale und gewerbliche Internetauftritte realisiert.