

Berliner Gespräche zur Digitalen Integration – 30. März 2004
„Markt der Möglichkeiten – Internet für den ländlichen Raum“

Dr. Ulrich Sandl, Ministerialrat BMWA

Guten Abend, meine Damen und Herren, ich darf Sie ganz herzlich zum heutigen 4. Berliner Gespräch begrüßen. Ich komme vom Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, in dem wir u. a. auch für das Thema „Digitale Integration – Internet für alle“ zuständig sind. Von daher freue ich mich sehr, dass wir heute ein so zahlreiches Publikum gefunden haben.

Als ich mich auf die heutige Veranstaltung vorbereitet habe, fielen mir zwei Meldungen im Ticker auf, von denen ich fand, dass sie vielleicht ganz gut zum Thema passen könnten. Die eine war: Bill Gates hat sich wieder einmal zu Wort gemeldet und gesagt: *In zehn Jahren werden die wichtigsten IT-Probleme gelöst sein.* Er sprach also nicht vom Ausgang des Kartellverfahrens, nein, er sprach davon, dass die Computer in zehn Jahren so weit sein werden, dass sie wirklich den Bedürfnissen des Menschen entsprechen werden und die Digitale Integration für alle dann kein Thema mehr sein würde.

Bis dahin haben wir allerdings noch viel zu tun. Und das ist auch einer der Gründe, warum wir hier sind, weil eines der Ziele, die wir mit einer solchen Veranstaltung verfolgen, ist, dass wir erstens Anregungen bekommen, dass wir auch Informationen aus erster Hand bekommen. Aber ich glaube, auch nicht zu unterschätzen ist das – neudeutsch – *Come together*, wo wir nachher versuchen werden, uns gegenseitig etwas besser kennen zu lernen, Visitenkarten austauschen und vielleicht auch persönlich voneinander lernen.

Sie wissen, eines der Themen, die mich sehr beschäftigen, wenn ich von Internet für alle spreche, sind die dunklen Seiten des Internet, für die ich auch zuständig bin, also die IT-Sicherheit. Und ein Thema, das uns im Augenblick besonders beschäftigt, ist Spam. Und Spam ist ein Thema, zu dem in den USA über strafrechtliche Konsequenzen nachgedacht wird. Auch in der EU und in Deutschland reden wir darüber, wie man über die Legislative damit fertig

werden kann. Also wenn ich einen Innovationspreis für eine gute Lösung gegen Spam vergeben sollte, ich würde ihn an AOL vergeben. Herr Cosse sitzt ja heute hier auf dem Podium. Vielleicht kann er uns noch ein bisschen mehr darüber erzählen, obwohl das Thema ländlicher Raum ist. Die Meldung bei AOL: *Porsche eines Spammers wird an Nutzer verlost*. AOL hat nämlich gegen einen Spamer Schadenersatzansprüche geltend gemacht und hat ihn gepfändet. In dieser Pfandmasse war ein Porsche, der jetzt unter AOL-Nutzern verlost wird.

Ich glaube, eine solche Maßnahme ist also deutlich wirksamer, als wenn wir mit Gesetzen und dann sehr zweifelhaften Strafmöglichkeiten vorgehen.

Meine Damen und Herren, ich wünsche Ihnen jetzt interessante Eindrücke und gute Informationen. Ich bedanke mich ganz herzlich bei den Podiumsteilnehmern, die uns jetzt auch einiges erzählen werden, auch ganz herzlich bei Herrn Prof. Groebel für die Moderation. Danke.

Prof. Dr. Jo Groebel, Europäisches Medieninstitut

Vielen Dank, Herr Sandl. Der Stil der Veranstaltung ist ein zwar sachbezogen informativer, aber gleichzeitig auch ein bisschen ein informeller. Und ich möchte hinzufügen, dass wir zwar zunächst einige Präsentationen bekommen, dass aber die Hauptakteure alle hier im Raum sind, und nicht nur die, die hier präsentieren. Ich möchte deshalb schon jetzt darauf hinweisen, dass nicht nur eine Stunde den Präsentierenden auf der Bühne, sondern mindestens noch eine weitere Stunde der Diskussion im Raume gilt. Und da fast alle von Ihnen nicht nur sich passiv Informierende sind, sondern in irgendeiner Weise etwas beizutragen haben, bereiten Sie sich bitte jetzt schon darauf vor, dass Sie auch Ihre eigenen Projekte später vorstellen können.

Wem kann ich neben Herrn Sandl noch danken? Natürlich Herrn Prof. Kubicek, der da ganz brav und bescheiden im Hintergrund sitzt, dafür um so mehr Einfluss auf die ganze Diskussion hat, natürlich Herrn Klumpp, der als Alcatel SEL Stiftung für Kommunikationsforschung zusammen mit der Stiftung Digitale

Chancen und dem Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit an der Vorbereitung dieses Ereignisses beteiligt war.

Wenn man an den ländlichen Raum denkt, kann man sich diesem Thema von sehr unterschiedlichen Seiten annähern. Das erste, was für viele vielleicht eine Assoziation ist, die vielleicht nicht ganz im Thema zu Hause sind, ist die Frage: Was heißt eigentlich ländlicher Raum? Gibt es den in Deutschland überhaupt noch? Gibt es den überhaupt noch in irgendeiner signifikanten Weise? Ich glaube, der Begriff ist zum Teil synonym, wird gleichbedeutend mit strukturschwachen Regionen benutzt. Wir werden das sicherlich heute etwas vertiefen, mit zwei Effekten: Was kann das Internet dazu beitragen, mögliche Defizite, die sich in strukturschwachen Regionen – zumal im Bezug auf Arbeitsprozesse, Informationssammlung und auch generell in wirtschaftlicher Hinsicht - entwickelt haben, zu kompensieren.

Das Zweite ist der indirekte Effekt, der sich zunächst durch die positiven Möglichkeiten der digitalen Welt ergibt. Nehmen wir jetzt ein konkretes Beispiel – dass die Bahn Servicezentren abbaut in ländlichen Regionen, stattdessen die Möglichkeit existiert, jetzt online Tickets zu buchen. Ist dies, was ja zunächst sogar nach einem Fortschritt ausschaut, dann noch ein Fortschritt, wenn bestimmte Gruppen in dieser Gesellschaft im ländlichen Raum den Zugang zu Online-Angeboten nach wie vor nicht haben?

Der erste Bereich wird also sein: Strukturschwäche = ländlicher Raum, jedenfalls synonym hier gehandhabt. Die zweite spezifischere Frage ist natürlich immer noch die Assoziation: ländlicher Raum = Landwirtschaft, was ja durchaus nicht kausal korreliert oder korrespondiert. Die Landwirtschaft hat ja in der Vergangenheit durchaus teilweise sogar eine Vorreiterrolle für technologische und technische Innovationen gespielt. Kann man das auch für den Internetbereich sagen? Wo sind die Mehrwerte des Internet für einen Großbetrieb, aber auch z. B. für einen kleinen Betrieb? Gibt es hier eine zunehmende Kluft? Oder ist es so, dass es doch eine parallele Entwicklung ist?

Diese Fragen werden wir ansprechen, auch die Frage des internationalen Wettbewerbsvorteils der europäischen Strukturen.

Und eine dritte Art, ganz andere Art ländlicher Digitalisierung ist die Idylle, die bis Mitte, Ende der 90er Jahre auch mal vorhanden war, dass dann all die, die sich dem Druck der Großstadt nur noch begrenzt aussetzen wollen, so eine idyllische Vorstellung hatten, endlich können wir aufs Land ziehen. Dann machen wir Telearbeit. Wir sitzen da in irgendwelchen wunderbaren romantischen „Settings“, Natur um uns herum, weit und breit keine Großstadt. Und über Telearbeit können wir trotzdem alles machen, was wir vorher nur in der Großstadt machen konnten. Ist das so? Oder ist dieser Traum dann doch eher zerstoßen? Wir werden das diskutieren.

Letzter Punkt, auch ein Punkt, der mit Strukturveränderungen zu tun hat, ist die Frage, inwieweit es zwischen strukturschwachen Gebieten und Altersstrukturen bestimmte Korrespondenzen gibt. Das möchte ich Sie auch später im Publikum gerne fragen. Gibt es hier eine Korrespondenz zwischen strukturschwachen Regionen und einer bestimmten Verschiebung in Richtung eines höheren Alters? Und wie kommen Strukturschwächeentwicklungen einerseits und Altersentwicklungen andererseits zusammen?

Wir haben also genug Stoff. Ich möchte kurz das Podium vorstellen und dann sofort auch eine kleine Frage stellen, die nicht abgesprochen ist.

Ich stelle als ersten Herrn Mike Cosse von AOL Deutschland vor, der uns etwas zur Internetnutzung im ländlichen Raum – eine Frage der Infrastruktur, erzählen wird. Zunächst die Frage an Sie, Herr Cosse: Was verbindet Sie mit dem ländlichen Raum? Kommen Sie vom Land?

Mike Cosse, AOL Deutschland

Ich bin selbst Münsterländer aus einem kleinen Dorf bei Reine / Westfalen, komme also aus dem Dreiländereck Niedersachsen, Holland, Nordrhein-Westfalen. Insofern sind mir nicht nur die Landfrauen und die ländlichen

Strukturen ein Begriff, sondern auch die Chancen des Internet, die man dort hat. Und ich hoffe, dass wir auf diesem Weg noch viele gute Meldungen in den nächsten Jahren erleben werden.

Prof. Dr. Jo Groebel, Europäisches Medieninstitut

Sie leben jetzt in Hamburg. Würden Sie wieder aufs Land ziehen, wenn Sie wirklich eine voll ausgestattete Infrastruktur hätten?

Mike Cosse, AOL Deutschland

Sofort.

Prof. Dr. Jo Groebel, Europäisches Medieninstitut

Das war eine eindeutige Aussage. Also, die Idylle wird von Herrn Cosse heute repräsentiert. Herr Lenk, wie ist es mit Ihnen? Oldenburg kann man ja nicht als ländlichen Raum bezeichnen. Was bindet Sie ans Land?

Prof. Dr. Klaus Lenk, Universität Oldenburg

Ein Projekt, das wir bekamen. Es wurde in Niedersachsen 1988 vom Städte- und Gemeindebund vorgeschlagen: das *Bürgerbüro im ländlichen Raum, Dienstleistungen aus einer Hand*. Das war faszinierend. Wir haben das Modell an der Universität sozusagen zur Serienreife entwickelt, und das eine oder andere Pilotprojekt wurde dann auch durchgeführt. Inzwischen schätze ich den ländlichen Raum sehr. Aber, wenn Sie Oldenburg ansprechen: das ist weder Fisch noch Fleisch. Ich komme aus einer Großstadt, aus Frankfurt.

Prof. Dr. Jo Groebel, Europäisches Medieninstitut

Frau Heike Troue, was verbindet Sie mit dem Land, außer dass Sie für die Landfrauen stehen?

Heike Troue, Deutscher LandFrauenverband

Ich bin selber im ländlichen Raum in der Nähe von Oldenburg in Niedersachsen auf einem landwirtschaftlichen Betrieb aufgewachsen. Als Hauptgeschäftsführerin des Deutschen LandFrauenverbandes mit bundesweit

550.000 Mitgliedern befasse ich mich nun auch beruflich mit Fragen rund um den ländlichen Raum.

Prof. Dr. Jo Groebel, Europäisches Medieninstitut

Wenn Sie jetzt mal an Ihren gesamten Tätigkeitsbereich denken, wie prominent ist dabei die Frage nach Digitalisierung, Internet, speziell, wenn es um Frauenfragen geht?

Heike Troue, Deutscher LandFrauenverband

Das Thema „Neue Medien“ ist im Deutschen LandFrauenverband seit fast drei Jahren ein Schwerpunkt, da viele LandFrauen bisher noch nicht online sind. Aber durch das Projekt „[IT-LandFrauen](#)“, das ich Ihnen gleich vorstellen möchte, zeigen wir, wie man Wege finden kann, Frauen im ländlichen Raum dafür zu interessieren. Mittlerweile ist die Anzahl von LandFrauen, die die Neuen Medien nutzbringend einsetzen, stark angestiegen.

Prof. Dr. Jo Groebel, Europäisches Medieninstitut

Herr Michael Reiss, wir hatten im Vorgespräch das Gefühl, wenn es irgendwo ein Musterland gibt, dann ist das *Ländle*, Baden-Württemberg, auch hier wieder führend? Was verbindet Sie mit dem Land?

Michael Reiss, Ministerium Ländlicher Raum Baden-Württemberg

Ich bekenne mich, ich bin in der Großstadt geboren, in der Großstadt aufgewachsen und wohne heute wieder in der Großstadt – in Mannheim. Ich bin Badener und kein Württemberger, um das als Erklärung nachzuschieben.

Ich bin letzten Endes über die Politik in dieses Ministerium gekommen, war lange Zeit Kreisvorsitzender der Jungen Union des Rhein-Neckar-Kreises. Und der Rhein-Neckar-Kreis zeichnet sich dadurch aus, dass er unter einem großen Problem leidet – nämlich einem strukturschwachen hinteren Teil Richtung bayerische Grenze und zwischen dem Ballungsbereich Mannheim, Heidelberg und Karlsruhe, grob gesagt. Von daher war es natürlich schon wichtig, dass man sich auch in relativ jungen Jahren überlegt, was macht man denn

eigentlich jetzt als Ausgleich. Und so kam das letzten Endes in diesen Bereich hinein. Und als dann unser altgedienter Minister Gerhard Weiser mich gefragt hat, ob ich nicht mal Pressesprecher machen wollte, habe ich mich dazu überreden lassen. Und so rutscht man dann letzten Endes in diesen Bereich rein. Wobei ich dazu sagen muss: Eines habe ich auch landwirtschaftlich gelernt. Mein Urgroßvater hatte einen Weinberg. Und ich hatte dann die Ehre, bergauf und bergab mit Weintrauben umzugehen. Von daher gibt es doch eine gewisse Affinität.

Prof. Dr. Jo Groebel, Europäisches Medieninstitut

Frau Christa Frenzel vom Niedersächsischen Ministerium für Soziales, Frauen, Familie und Gesundheit, das Einzige, was Niedersachsen nun wirklich nicht aufweisen kann, ist ein Weinberg. Wie sieht es bei Ihnen aus mit dem Bezug zum Land?

Christa Frenzel, Niedersächsisches Ministerium für Soziales, Frauen, Familie und Gesundheit

In der Tat, einen Weinberg gibt es in Niedersachsen nicht. Aber die Niedersachsen schaffen vieles, vielleicht werden wir demnächst auch einen Weinberg haben. Ich selbst wohne im ländlichen Raum und bin auch im ländlichen Raum aufgewachsen. Nach einem Zwischenstopp in Hannover bin ich wieder gern aufs Land gezogen.

Ich sitze heute hier, weil ich im Niedersächsischen Sozialministerium in der Frauenabteilung zuständig bin zum einen für die Frauen im ländlichen Raum. Ein Siebtel der Bevölkerung Niedersachsens wohnt in der Region Hannover. Der Rest ist, abgesehen von den Regionen um die größeren Städte wie beispielsweise Oldenburg, schon ländlich geprägt. Darüber hinaus versuche ich, das Thema Frauen und IT insgesamt in Niedersachsen voranzubringen.

Prof. Dr. Jo Groebel, Europäisches Medieninstitut

Herr Mike Bielagk, Kabeljournal GmbH, Sie werden uns nachher ein Pilotprojekt vorstellen. Was ist Ihr persönlicher Bezug, was das Land betrifft?

Mike Bielagk, Kabeljournal GmbH

Ich komme aus Sachsen. Ich stamme vom Land, lebe und arbeite auch auf dem Land mit einer IT-Firma. Das ist mein Bezug. Und dort erlebe ich quasi alle Höhen und Tiefen der Digitalisierung im ländlichen Raum.

Prof. Dr. Jo Groebel, Europäisches Medieninstitut

Was ist Ihre Zukunftsvision? Glauben Sie, dass sich Strukturen wirklich verändern werden? Häufig gibt es ja die Aussage, so etwas wie Land gibt es in Deutschland überhaupt nicht mehr, also diese Trennung zwischen Großstadt, Mittelstadt und Land. Was ist Ihre Einschätzung?

Mike Bielagk, Kabeljournal GmbH

Wir arbeiten ja intensiv daran, dass sich diese Strukturunterschiede aufheben. Deswegen kann ich nur sagen, dass es nur eine Frage der Zeit ist, bis sich Strukturen angleichen, wenn nicht die Ballungsräume dann schon wieder neue Strukturen geschaffen haben.

Prof. Dr. Jo Groebel, Europäisches Medieninstitut

Ich darf jetzt Herrn Cosse bitten, erst einmal ein paar grundlegende Fragen der Infrastruktur zu beantworten.

Mike Cosse, AOL Deutschland

Herzlichen Dank, Herr Prof. Groebel. Markt der Möglichkeiten, Internet im ländlichen Raum, das ist tatsächlich in erster Linie eine Frage der Infrastruktur. Insofern möchte ich mit Ihnen ein wenig durchgehen, wie sich Deutschland im Moment darstellt und was wir noch aufzuholen haben, welche Maßnahmen wir ergreifen müssen. Vielleicht haben Sie diesbezüglich auch einige interessante Vorschläge.

Wenn wir uns mal angucken, wo wir stehen, dann ist das Besondere am Internet sicherlich, dass es sich hier um ein Massenmedium handelt, das sich am schnellsten entwickelt hat in der Geschichte der Medien. In nur fünf Jahren

hatten wir über 50 Mio. Nutzer. Da sieht man, welches Potential in diesem Netz steckt.

Ich habe zwei Statistiken aus dem [\(N\)Onliner-Atlas](#), den viele von Ihnen kennen, den wir zusammen mit der Initiative D21 und Emnid herausgeben. Und danach haben wir im letzten Jahr die erfreuliche Meldung machen können, dass über die Hälfte der Deutschen im Internet ist. Die Frage bleibt natürlich, sind die denn alle auch gleichmäßig verteilt, was ländliche und städtische Strukturen angeht.

Ich kann die Antwort vorweg nehmen: Es ist natürlich nicht so. Die städtischen Gebiete haben da ein Übergewicht. Die grünen Gebiete sind unterversorgt, je ländlicher, umso weniger online. Das ist das kurze Fazit, was man im Moment noch ziehen muss. Und dort ist auch der größte Nachholbedarf, nicht nur in den ostdeutschen Bundesländern, sondern auch, wenn man sich die Regierungsbezirke ansieht. Interessanterweise hat Schleswig-Holstein im letzten Jahr extrem aufgeholt und hat den Spitzenplatz belegt.

Man muss allgemein sagen, dass wir natürlich in Deutschland alle Telefon haben, was für das Internet extrem wichtig ist. Denn nach wie vor geht der Großteil der Deutschen über das normale Telefonkabel, das Kupferkabel, ins Internet – per Modem, ISDN in erster Linie, zunehmend aber auch über DSL. Und wenn man sich dann mal anguckt, wo wir stehen, dann sieht man, dass wir innerhalb des globalen Vergleichs, in diesem Fall des europäischen Vergleichs, eigentlich sehr gut penetriert sind mit dem Internet, sehr schwach aber bei der Frage, ob wir breitbandig ins Internet gehen oder nicht.

Ich möchte heute einen Schwerpunkt auf diese Breitbandigkeit legen, weil sie eben in den nächsten Vorträgen wahrscheinlich einige Beispiele hören werden, wo es breitbandig nicht nur mehr Spaß macht, sondern möglicherweise auch nur durch das Breitband möglich ist. Deshalb haben wir, was das Breitbandige angeht, noch einiges aufzuholen, was die Durchdringung angeht, sicherlich auch.

Wenn man sich ansieht, wie wir im Breitband online gehen, dann sieht man, dass Deutschland eines der wenigen Länder ist, das fast ausschließlich über DSL breitbandig ins Internet geht. Das Kabel spielt fast keine Rolle, andere Technologien ebenso wenig. Da können wir uns gleich noch mal zwei, drei Beispiele ansehen. Letzte Woche hatte ich mit dem österreichischen Koordinator der Internet-Serviceprovider zu tun. Man sieht, der Kollege hat extrem Auswahl zwischen DSL und Kabel.

Wenn man sich die Verteilung anguckt, ist es leider so, dass hier kein Gleichgewicht zwischen dem städtischen und dem ländlichen Raum besteht, obschon technisch – was das Modem angeht – alle gleichmäßig ausgestattet wären. Wir haben hier ein klares Übergewicht der städtischen Bevölkerung, Städte über 20.000 Einwohner. Das ist schon mal eine sehr interessante Messgröße. Und das spiegelt sich parallel dann auch entsprechend bei den Breitbandzugängen wider.

Woran liegt das? Die Antwort ist technisch: DSL, auf das sich Deutschland, aus welchen Gründen auch immer, konzentriert, hat das technologische Erfordernis der Kupferleitung. Und die Kupferleitung ermöglicht nur bis zu einer bestimmten Entfernung die DSL-Technologie. Es ist ein bisschen umstritten, was das technisch heißt. Wie weit darf mein Haus von der Vermittlungsstelle entfernt sein, damit ich noch breitbandig ins Internet gehen kann? Über den Daumen sagt man, bei 5,5 km ist da im Grunde Ende der Fahnenstange. Dann kann man DSL nicht mehr nutzen. Wir haben leider keine Statistiken, die Aufschluss darüber geben, wo in Deutschland die weißen Flecken sind, wo die Häuser am weitesten von den Vermittlungsstellen entfernt sind. Das sind Statistiken, die nur derjenige hat, der auch die Hausanschlüsse hat, nämlich die Deutsche Telekom. Es gibt dazu nichts. Insofern bin ich ganz glücklich, dass ich etwas bei der Italienischen Telekom gefunden habe, die eine Statistik hat, wie lang unsere Kupferkabel sind. Und da sieht man, wenn man die deutsche Leitung nimmt, dass wir doch einen erheblichen Prozentsatz der Kupferkabel weiter als 5,5 km entfernt haben. Und man kann sich ausrechnen, dass damit DSL für

diese Haushalte nicht möglich ist, was natürlich insbesondere den ländlichen Raum betrifft.

Zusätzlich haben wir in Deutschland – in vielen ostdeutschen Ländern, aber auch in vielen Städten Westdeutschlands – das Problem der so genannten Opal-Anbindung, Glasfaserkabel bis ins Haus, Anfang der 90er Jahre als technologische Revolution gefeiert, milliardenschwer investiert und verbuddelt. Und heute – ätsch, kein DSL möglich, das ist natürlich bitter. Viele Ostdeutsche werden das vielleicht von zu Hause kennen. Da wird es DSL nicht so schnell geben. Mit anderen Worten: Es ist die Frage, ob wir uns auf eine Technologie konzentrieren oder die Mängel dieser Technologie lösen wollen.

Welche Alternativen haben wir in Deutschland. Ich habe das Kabel schon angesprochen. Gucken wir uns mal an, wie das aussieht. Wir haben in Deutschland 21 Mio. Kabelhaushalte. Das ist eine Riesenzahl. Kaum ein Land hat so viele TV-Kabel-Haushalte wie Deutschland. Über 60 % der Haushalte haben Kabel. Sie werden lachen, 60.000 Haushalte nutzen das Kabel fürs Internet, das ist alles. Und das ist natürlich eine Zahl, bei der man sich fragt, woran liegt das? Die Antwort ist relativ einfach. Das Kabel, so wie es im Moment in der Erde liegt, ermöglicht in der Regel kein Internet, weil es nur in eine Richtung geht, also vom Verteiler ins Haus und nicht wieder raus, und deshalb nur in den 60.000 Haushalten in den Ausbaugebieten funktioniert. Die Stadt Magdeburg ist führend in dem Bereich. Die Stadtwerke haben das Kabelnetz übernommen. Viele Grundstücksgesellschaften, die Kabel betreiben, haben das auch gemacht. Und auch viele Studentenwohnheime sind so ausgestattet, zum Teil auch eben mit Glasfaser. Also am Ende gibt es viele kleine, aber nicht die große Lösung.

Und wenn wir uns angucken, wem gehört das Kabel, dann haben wir ganz aktuell eine Remonopolisierungstendenz. Die Kabel-Deutschland-Gesellschaft, ein Nachfolgeunternehmen der Deutschen Telekom, kauft jetzt das ganze Kabel wieder ein von ausländischen Investoren. Bisher haben wir keine

Aussagen, was dieser Kauf für das Internet bedeuten wird, der auch sicher für das Kartellamt, das diesen Kauf genehmigen muss, eine Rolle spielen wird.

Das Kabel spielt in anderen Ländern eine enorm große Rolle. Man muss im Moment sagen, es ist schade, dass wir das in Deutschland nicht haben. Vielleicht wird sich hier in der Perspektive einiges verbessern. Im Moment können wir es nur hoffen.

Sky-DSL wird natürlich oft gefeiert als die Lösung für den ländlichen Raum. Die Regulierungsbehörde hat in ihrem letzten Jahresbericht Investitionskosten von ca. 2.000 Euro pro Haushalt veranschlagt. Jetzt kann sich jeder von Ihnen überlegen, will er einen Flachbildschirm beim Fernseher oder lieber Internet via Sky-DLS. 2.000 Euro wären auf den Tisch zu legen. Möglicherweise gibt es auch günstigere Lösungen. Was es aber mit Sicherheit nicht geben wird, ist eine mit DSL, was die Kosten angeht, unmittelbar vergleichbare Lösung. Es wird immer teurer bleiben als DSL. Und deshalb ist es für viele Haushalte schlicht nicht erschwinglich und damit nicht attraktiv genug. Es sind schätzungsweise 45.000 Haushalte, die Sky-DSL nutzen.

Powerline hat viele technische Mängel, was Strahlung, Steuerung angeht. Es sind kaum noch Marktteilnehmer, die dieses technologische Projekt fördern. Wir haben hier in diesem Bereich gerade mal noch 8.000 Haushalte. Im Vergleich dazu haben wir 4,1 Mio. DSL-Haushalte, deshalb hier auch das technologische Übergewicht.

Zuletzt die Frage WLAN: Wenn man sich anguckt, wo ist denn in Deutschland WLAN, hier ein Bericht der Regulierungsbehörde, dann sieht man ganz deutlich, nur wer in der Stadt wohnt, hat eine Chance auf WLAN. Wer auf dem Land wohnt, kann sich das abschminken.

Technologisch gibt es eine interessante Entwicklung, die sich Wimax-LAN nennt. Das ist im Grunde ein aufgebohrtes WLAN, was auch hier wieder angeblich – es gibt hier noch keine technologischen Standards – bis zu 50 km

weit reichen soll, eine Entwicklung, die noch in den Kinderschuhen steckt, die wir allerdings beobachten sollten.

Also, was können wir machen? Technologisch gesehen haben wir im Moment nur DSL für den Massenmarkt. Und wir sagen immer, dass wir Lösungen brauchen, im Grunde auch Preise brauchen, die von der Hallig bis zu allem anderen möglichst gleichmäßig sind. Nun können Sie sich ungefähr vorstellen, wenn die Telekom diesen Atlas veröffentlichen würde, wo kein DSL möglich sein wird, dann würde in den Bereichen mit Sicherheit eine kleine Revolution ausbrechen und alle würden sich fragen, warum ist das so.

Die Infrastrukturthemen in Deutschland sind Monopolthemen. Das sieht man daran, dass der Anteil der Telefonkanäle, die jeder von uns hat, zu 95 % noch in den Händen des ehemaligen Staatsmonopolisten ist und sich dieses Monopol im Grunde 1 : 1 auf das Breitbandfeld übertragen hat und dass es hier ein DSL-Monopol gibt. Aktuell ist im Bundestag, im Moment im Bundesrat, ein Gesetz in der Diskussion, das Telekommunikationsgesetz, die Mutter aller Internetgesetze. Und in diesem Gesetz gibt es aufgrund europäischer Vorgaben auch die Überlegung zu prüfen, wie man dieses Feld dem Wettbewerb öffnen kann, um damit auch die Chancen für zusätzliche Investitionen anderer Anbieter zu erhöhen. Denn je mehr Leute Geld in die Hand nehmen, je mehr Leute Geld investieren, um so größer auch die Chance, dass man diese weißen Flecken, die Sie noch im Netz sehen, in Zukunft nicht mehr hat, und deshalb auch die Breitband-, die High-Speed-Internetverbindung, die Chancen und Möglichkeiten, die wir heute Abend noch diskutieren, erst ermöglichen kann. Ich hoffe, wir sind da auf einem guten Weg. Ich bin mir da sicher. Bleiben Sie am Ball und beobachten Sie das, es ist sehr spannend.

Prof. Dr. Jo Groebel, Europäisches Medieninstitut

Auch wenn die Dramaturgie die Diskussion erst später vorsieht, trotzdem einzelne Nachfragen, die zeitlich begrenzt sein sollten, sind jetzt auch schon möglich.

Sie haben AOL gut vertreten, gerade mit Ihren letzten Bemerkungen. Eine Nachfrage zur Öffnung des Wettbewerbes: Es wäre wünschenswert, ganz klar, aber würde es wirklich den strukturschwachen Gebieten dienen? Würde AOL sagen, gut, dann gehen wir in diesen Bereich rein, auch wenn zwischen Investition und Ertrag doch eine größere Lücke klafft? Denn das ist ja einer der Gründe, warum das wahrscheinlich so schwierig ist.

Mike Cosse, AOL Deutschland

Es ist sehr interessant, dass wir bei den DSL-Preisen, die Sie zahlen, nicht wissen, ob die eigentlich kostendeckend sind, ob die unzulässige Gewinnmargen beinhalten oder nicht, weil diese Entgelte noch von keiner Behörde überprüft wurden. Das wird sich mit Sicherheit ändern, so dass man dann wirklich gucken muss, was kostet eigentlich TDSL oder DSL. Diese Fragen werden sicherlich in den nächsten Monaten zu beantworten sein, so dass man dann auch sauber rechnen kann, was brauchen wir an Geld, um die Defizite, die wir haben, auszugleichen.

Generell kann man sicherlich sagen, dass es in Deutschland Beispiele gibt, die belegen, dass auch der ländliche Raum Chancen hat. Die Firma EWE TEL in Niedersachsen ist beispielsweise auch im ländlichen Raum sehr führend. Da muss man sich nur mal einige Beispiele angucken, es gibt Chancen.

Prof. Dr. Jo Groebel, Europäisches Medieninstitut

Danke für die Anmerkungen. Herr Lenk, ich unterstelle, Sie werden uns jetzt ein paar Erfolgsgeschichten erzählen: Dienstleistungsagenturen im ländlichen Raum von der Universität Oldenburg.

Prof. Dr. Klaus Lenk, Universität Oldenburg

Herr Groebel, Erfolgsgeschichten gibt es noch nicht. Denn es gibt Schwierigkeiten bei dem Thema, die das Verständnis verstellen. Wir springen hier von einem Thema zum anderen. Es ist eine ganz andere Welt, in die ich Sie entführe, eine Welt, in der wir nicht über das Internet reden und nicht über die Informationstechnik allgemein, sondern über Innovationen, die möglich

werden, weil wir diese Techniken haben und weil sie für uns selbstverständlich werden.

Das Entscheidende, um Digitale Chancen zu realisieren, ist nicht die Technik, sondern das sind die Innovationen, die sich daran knüpfen. Ein Kollege, Jens Hoff aus Dänemark, hat diese Innovationen als *technisch vermittelte Innovationen in der politischen Praxis* bezeichnet. Ich glaube, das ist das richtige Wort dafür. Wir müssen sehen, dass wir nur mit gedanklichen Leistungen überhaupt zu vernünftigen Technik-Anwendungen kommen. Wenn wir immer nur das Nahe liegende schnell realisieren wollen, haben wir zu kurz gegriffen. *E-Government* ist eine Geschichte, über die ich lange erzählen könnte, Leidvolles, eben keine Erfolgsgeschichten, weil man zu kurz gegriffen hat. Man hat nicht gesehen, dass es um viel mehr geht als nur eine verbesserte Zugangstechnik. Es geht letztlich um eine Umgestaltung des ganzen Geschäfts der öffentlichen Verwaltung, um eine *E-Transformation*. Man hat den Online-Zugang zur Verwaltung zum entscheidenden Fortschrittskriterium hoch stilisiert, ohne dass es eigentlich nötig war.

Was ich möchte, ist, bei Ihnen Verbündete für technisch ermöglichte und Nutzen stiftende Innovationen zu finden. Nach langer Arbeit auf dem Gebiet kamen wir dazu, unsere Innovation ganz einfach als *Dienstleistungs-Einzelhandel* zu bezeichnen. Der Grundgedanke ist einfach: Wir gehen nicht zum Gärtner, um Gemüse zu kaufen. Wir gehen nicht in die Mühle, um Mehl zu kaufen. Wir haben alles im Supermarkt oder im Tante-Emma-Laden. Warum soll das nicht der Fall sein mit allen Dienstleistungen – Verwaltungsleistungen, Post, Toto-Lotto, Bankleistungen, Versicherungsleistungen? Warum sollen die Angebote nicht alle an einer Stelle wie in einem Supermarkt erreichbar sein? Technisch ist das inzwischen möglich geworden.

Hier kommen wir zu einem Konzept, das aus der *E-Government*-Diskussion schon vertraut ist, nämlich zur Trennung zwischen *Front-Office und Back-Office*. Das Entscheidende dabei ist, dass das *Front-Office* eine Allround-Funktion wahrnimmt. Und das ist etwas anderes als das, was heute kommunale

Bürgerämter leisten. Diese sind *One-Stop-Shops* in ihrem Bereich. Aber sie bieten letztlich nur kommunale Leistungen an. Und die grandiose Idee, die der Niedersächsische Städte- und Gemeindebund schon im Jahre 1988 hatte, war zu sagen: So ein Laden muss im ländlichen Raum als Tante-Emma-Laden Zugang zu allen Verwaltungsleistungen ermöglichen, ja darüber hinaus Zugang zu allen Dienstleistungen, egal, ob von privaten oder öffentlichen Anbietern; Zugang darüber hinaus auch zu gemeinnützigen Angeboten, und das alles aus einer Hand.

Wie macht man das? *E-Government* gibt uns heute die Instrumente dafür an die Hand. Nur: die erforderlichen Konzepte sind noch nicht breit in den Vorstellungswelten verankert. Das Entscheidende ist die Mentalität in den Dienstleistungsläden, eine Mentalität, die da sagt: *Darf's etwas mehr sein?* Oder: *Was darf es denn sonst noch sein?*

Heute haben wir eine Situation, wo die Kommunen sehr viel über so genannte Lebenslagen reden, aber letztlich nach dem Motto verfahren: „*was deine Lebenslage ist, bestimmen wir*“. Es gibt, vor allem im Ausland, Beispiele, die auch ein Stück weiter gehen, so in Österreich und in Frankreich. Aber ich denke, wir sind noch lange nicht so weit, wie es jetzt in einem Pilotprojekt der Metropolregion Hamburg angedacht ist, dass wir die Themen „örtliche und sachliche Zuständigkeit“ im Bürgerservice schlicht begraben. Bürger können in irgendein Rathaus gehen und alle Leistungen in der ganzen Region erhalten, so jedenfalls die Pläne der Metropolregion. Und da spielt es dann überhaupt keine Rolle mehr, ob diese Bürger selbst das Internet nutzen oder nicht. Sie werden es im Zweifel dafür nutzen, sich den besten Weg zu ihrer Anlaufstelle anzeigen zu lassen. Und das wird wahrscheinlich aus der Sicht vieler Bürger mehr bringen als die vollständige Online-Transaktion.

Für einen solchen Dienstleistungs-Einzelhandel werden gegenwärtig die Voraussetzungen geschaffen. Wenn die Verwaltungen Online-Transaktionen ins Netz stellen, heißt das ja noch lange nicht, dass die Bürger diese auch selbst abrufen müssen. Das funktioniert bei Gelegenheitskundschaft, welche

die Leistungen oft gar nicht versteht, ohnehin nicht. Man braucht menschliche Vermittler, die das Angebot erklären. Irland beispielsweise hat im E-Government nie allein auf den Online-Zugang gesetzt. *Self-service* und *Assisted service* stehen dort nebeneinander. Deutschland hat einseitig auf den Online-Zugang gesetzt und das rächt sich jetzt. Das ist nicht nur ein Thema für den ländlichen Raum, obwohl es da besonders virulent ist, sondern auch für Städte.

Wenn die Dienste vieler Verwaltungen als Web-Service ausgestaltet sind, wenn Standardisierungen nach dem Muster von XMeld, dem Einwohner-Meldewesen, sich durchgesetzt haben werden, dann werden wir in eine Situation kommen, in der menschliche Bedienung kaum teurer ist als Online-Service. Von den meisten Bürgern ist sie erwünscht, das zeigen viele Ergebnisse aus der Sozialforschung. Technisch kann sie unterstützt werden, im Sinne des von John Naisbitt propagierten globalen Trends zu *High tech – High touch*.

Eine Konzeption eines Serviceladens, wie wir sie entwickelt haben, ist geeignet, um eine solche Situation herbeizuführen, wenn es gelingt, das Ganze in wirtschaftlich tragbare Geschäftsmodelle zu kleiden. Da liegt natürlich das Problem. Aber das Problem ist vor allem mentaler Art. Wir haben bei der Propagierung unserer Ideen – veröffentlicht in einem Band der Edition Sigma in der „Gelben Reihe“ zur Verwaltungsmodernisierung (Klaus Lenk und Gudrun Klee-Kruse, Multifunktionale Serviceläden. Ein Modellkonzept für die öffentliche Verwaltung im Internet-Zeitalter, Berlin 2000) – festgestellt, dass bei den Gesprächspartnern die Innovation des Dienstleistungs-Einzelhandels nicht ankam, sondern meistens die Vorstellung eines erweiterten *kommunalen Bürgeramts* dominierte.

Es geht um viel mehr als um ein erweitertes Bürgeramt. Es geht darum, dass die Kommune eine Stelle betreibt, in der Bürger vieles erhalten können, private Dienstleistungen und öffentliche Dienstleistungen – ohne Rücksicht darauf, wer sie produziert. Denn die Dienstleistungen werden transport- und lagerfähig, wenn wir das Internet – oder ein Intranet – richtig nutzen.

Ein erstes Pilotprojekt in diesem Bereich – Bismark in Sachsen-Anhalt – ist leider gescheitert aus Gründen der Komplexität der zu bewältigenden Managementaufgaben. Ich denke aber, dass sich diese Komplexität reduzieren lässt. Dies zeigt das folgende Beispiel, durchaus eine Erfolgsstory. Wo soll diese angesiedelt sein als in Baden-Württemberg? Konkret geht es um die Gemeinde Sternenfels im Landkreis Pforzheim.

In dieser strukturschwachen Gegend brach vor zwei Jahrzehnten die Beschäftigung in der Industrie weg, man kann fast sagen, über Nacht. Und dann standen der Bürgermeister und seine Getreuen da und haben sich gefragt, was zu tun sei. Eine ihrer Ideen war, eine alte Fabrikhalle, die sehr zentral lag, umzugestalten in einen *Single-window-access* zu allen möglichen Dienstleistungen, die die Bürger am Ort brauchen. Dazu gehören Bank- und Postleistungen, alle Gemeindedienste, aber auch der Videokontakt etwa zur Polizei, zur Sparkasse, Online-Kontakt zur Bundesagentur für Arbeit usw., usw. Leider haben einige Verwaltungen dabei nicht mitgespielt. Es ist noch nicht möglich, dort sein Auto zuzulassen, weil da bei uns der Kreis zuständig ist. Aber es sollte sich langsam herumsprechen, dass man so was auch durch andere als die eigenen zuständigen Leute machen lassen kann.

Dann kommen ein paar private Leistungen hinzu. Dabei ist man sehr vorsichtig vorgegangen. Man hat nur solche Dienstleistungen angeboten, die am Ort nicht mehr vorhanden waren.

Hinzu kam eine schöne Austeriarung der Öffnungszeiten, samstägliche Öffnungszeiten, dafür Schließung über Mittag, was im ländlichen Raum als selbstverständlich angenommen wird. Inzwischen hat sich eine Konzept GmbH gegründet, [KOMM-IN](#), die das Modell auch im hinteren Neckarraum vertreibt. Es setzt sich also langsam durch, vor allem auch deswegen, weil das Management und das Marketing perfekt sind. Jedes KOMM-IN wird auf die speziellen Bedürfnisse am Einsatzort zugeschnitten. In einer Gemeinde kommt es in den Supermarkt. In einer Gemeinde kommt etwa Toto-Lotto-Aannahme noch hinzu, in der anderen nicht. Das KOMM-IN erfordert von den einzelnen

Dienstleistern ein radikales Umdenken. Denn bislang hat jeder seine Dinge aus eigener Sicht gemacht. Der Lottotresen kostet den Betreiber eine Menge Geld. Auch die Post will ihre eigene Identität sichtbar zur Schau stellen. Im KOMM-IN in Sternenfels muss die Gemeindemitarbeiterin jedes Mal, wenn jemand Postdienste erledigen will, aufstehen und drei Meter zum Postschalter gehen. Sie kann das Geschäft nicht an ihrem Tisch abwickeln. Warum? Weil das Denken dieser *Back-Office-Service*anbieter noch nicht so weit ist.

Wenn sich das Modell KOMM-IN verbreitet, dann erübrigt sich die Frage nach der digitalen Spaltung, jedenfalls für den Bereich der Dienstleistungen. Allen soll das Internet oder Intranet nützen, auch wenn sie es nicht selbst nutzen.

In der ganzen *E-Government*-Euphorie ist ja völlig außer Blick geraten, dass wir seit 20 Jahren sehr verlässliche Umfrageergebnisse darüber haben, wo Bürgern im Kontakt mit der Verwaltung der Schuh drückt. Wir wissen, dass es eine große Menge von Gelegenheitskunden gibt, die im Zweifel nicht wissen, wo sie hingehen müssen, und daneben eine kleine Menge von Dauerkunden. Allein diese Zielgruppensegmentierung führt uns schon einen großen Schritt weiter. Denn die Dauerkunden können meistens sehr schön online bedient werden.

Dagegen muss die Gelegenheitskundschaft jedes Mal von neuem auskundschaften, worum es eigentlich bei ihren seltenen Kontakten mit der Verwaltung geht. Da ist persönlicher Service nach wie vor durch nichts zu ersetzen. Wenn wir in diesem Sinne an das Thema Digitale Spaltung herangehen und nicht nur immer wieder gebannt auf die Nutzungszahlen im Internet starren, dann sind wir einen Schritt weiter in Richtung wirklicher Innovationen, die dem ländlichen Raum etwas bringen.

Prof. Dr. Jo Groebel, Europäisches Medieninstitut

Man kann sich ja vorstellen, dass – auch durchaus im Sinne eines *E-Government* – zwischen Behörden Kommunikationen im Sinne der Bürgerfreundlichkeit stattfinden.

Prof. Dr. Klaus Lenk, Universität Oldenburg

Den Bereich habe ich ausgeklammert. Internetkommunikation zwischen Behörden ist die Voraussetzung für das, was wir wollen, im Sinne der Kommunikation mit dem jeweiligen *Front-Office*. Viele Leistungen können auch nur im Zusammenspiel vieler Anbieter erstellt werden. Und dafür ist diese Kommunikation erforderlich.

Ich bin übrigens auch enttäuscht darüber, dass ein Thema wie die Verbreitung der elektronischen Signatur, das ich für wichtig halte, nicht unter realistischen Vorzeichen behandelt wird. Denn wenn Verwaltungen untereinander über das Internet kommunizieren, brauchen sie eine sichere Kommunikationsumgebung. Mein Vorschlag ist: wenn dann auch Bürger signieren müssen, warum machen das nicht die Mitarbeiter in einem *Front-Office*, in einem Tante-Emma-Dienstleistungsladen stellvertretend für die jeweiligen Bürger? Das wäre doch ein etwas entspannteres Umgehen mit den hehren Zielen des *E-Government*, die zu sehr überlagert wurden von dem Bestreben, möglichst viele Leute ins Internet zu bringen.

Prof. Dr. Jo Groebel, Europäisches Medieninstitut

Vielen Dank, Herr Lenk. Sie haben sich mehr auf die Inhalte dessen, was *multikanal* verbreitet werden kann, bezogen. Und *multikanal* schließt auch den persönlichen Kontakt mit ein. Ich glaube, das sollten wir nie vergessen, dass digitale Welt ja nicht heißt, wir ersetzen Menschen durch digitale Kommunikation, sondern dass es eine Komplementärfunktion ist.

Heike Troue, Deutscher Landfrauenverband

Sehr geehrter Herr Prof. Groebel, sehr geehrte Damen und Herren, ich freue mich, dass ich Ihnen das Projekt IT-LandFrauen vorstellen darf. Zwei wichtige Aspekte wurden in den beiden vorangehenden Vorträgen schon genannt:

1. Wie wichtig eine kostengünstige Anbindung an das Internet ist und
2. Anwender und Anwenderinnen der Neuen Medien müssen einen Nutzen für sich entdecken.

Als wir im Deutschen LandFrauenverband im Jahr 2000 feststellten, dass sehr wenige LandFrauen die Neuen Medien einsetzen, haben wir uns gefragt, welchen Nutzen die Frauen aus dem Einsatz der Neuen Medien gewinnen könnten. Entstanden ist daraus dann das Projekt „IT-LandFrauen“.

Einleitend erlauben Sie mir ein paar Bemerkungen zum Deutschen LandFrauenverband. Der Deutsche LandFrauenverband blickt auf eine über hundertjährige Geschichte zurück, umfasst 22 Landes-LandFrauenverbände, die insgesamt 550.000 Mitglieder in ihren Reihen zählen. Der LandFrauenverband hat nicht nur Bäuerinnen als Mitglieder, wie oft vermutet wird, sondern Frauen aus allen Berufen und auch Hausfrauen. Unsere Mitglieder sind in der Mehrheit zwischen 45 und 75 Jahre alt. Wichtig ist der LandFrauenverband vor allem vor Ort, weil er seinen Mitgliedern ein umfangreiches Vortrags- und Weiterbildungsangebot bietet. Bundesweit werden so jedes Jahr ca. 100.000 Veranstaltungen mit über 2,5 Millionen Teilnehmerinnen durchgeführt.

Ausgangspunkt für unsere Überlegen bei der Konzeption des Projektes „IT-LandFrauen“ war die Feststellung, dass die meisten LandFrauen das Internet nicht nutzen, und dies obwohl wir viele interessierte und engagierte Frauen in unseren Reihen haben. Studien zeigen, dass es verschiedene Gruppen gibt, die noch immer bei der Nutzung des Internets unterrepräsentiert sind: dazu gehören Senioren, Nichtberufstätige, Menschen im ländlichen Raum und Frauen und somit eben auch LandFrauen.

Wir haben im Januar 2002 das Projekt „[IT-LandFrauen](#)“ gestartet, das gemeinsam vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und dem Europäischen Sozialfond mit 1,3 Mio. Euro für drei Jahre finanziert wird. Dieses Projekt hat zwei Instrumente, die ich Ihnen jetzt vorstellen möchte.

Das eine sind die so genannten IT-LandFrauen. Die Idee war folgende. Wir haben 44 LandFrauen aus dem gesamten Bundesgebiet für eine Qualifizierungsmaßnahme ausgewählt. Für eine Teilnahme an dem Projekt

mussten sich die LandFrauen im Internet online bewerben. Von den 150 Bewerberinnen wurden 44 LandFrauen ausgewählt, die verschiedene Kriterien erfüllen sollten.

Zum einen haben wir Frauen gesucht, die Unternehmergeist mitbringen, die also anschließend damit eine Existenz gründen wollten. Zum anderen sollten es Frauen sein, die schon jetzt im Verband Multiplikatoren sind, also über viele Kontakte verfügen. Und es sollten Frauen sein, die durchaus talentiert sind, vor Gruppen zu sprechen und Schulungen durchzuführen.

Aus diesen 150 Bewerberinnen sind so 44 Frauen ausgewählt worden. Sie haben dann ein Jahr lang die Qualifizierungsmaßnahme durchlaufen, in der sie gelernt haben, z. B. Homepages zu programmieren.

Die IT-LandFrauen sind heute das lebendige Beispiel, dass die Neuen Medien zu beherrschen sind. Als Vorbilder zeigen die IT-LandFrauen, dass selbst die Programmierung von Homepages möglich ist. Das zeigt, dass die Nutzung von Internet und E-Mail für alle möglich ist. Gerade für Frauen, die bisher noch nie mit einem Computer gearbeitet haben, sind die IT-LandFrauen ein ermutigendes Beispiel.

Mittlerweile wurde die Qualifizierungsmaßnahme abgeschlossen. Alle 44 IT-LandFrauen haben diese erfolgreich beendet und erstellen jetzt nicht nur Homepages, sondern bieten vor Ort Computerschulungen für Anfänger und Fortgeschrittene an, und sie halten Vorträge. Die Vorträge der IT-LandFrauen sind an den Interessen der LandFrauen ausgerichtet. Nur wenn wir der jeweiligen Zielgruppe entsprechend ihrer Interessenlage die neuen Medien vorstellen, werden wir sie dafür gewinnen können.

Weiter haben wir als zweites Instrument in dem Projekt das LandPortal entwickelt. Das LandPortal ist eine Internetseite für LandFrauenprodukte - vergleichbar mit den so genannten Gelben Seiten. Denn der LandFrauenverband bietet seit vielen Jahren unterschiedliche Projekte und

Qualifizierungsmaßnahmen an. So wurden Tagesmütter und Gästeführerinnen qualifiziert. Und LandFrauen bieten u. a. Urlaub auf dem Bauernhof an und engagieren sich in der Direktvermarktung und betreiben Hof-Cafés. Es gibt somit sehr viele Unternehmerinnen in den Reihen der LandFrauen.

Das LandPortal ist nun ein Angebot an unsere Mitglieder, ihre Produkte und Dienstleistungen auf dieser Internetseite zu präsentieren. Für die einzelne LandFrau als Unternehmerin bedeutet das, dass sie ihre regional orientierte Vermarktung bundesweit ausweiten kann. Aber aus Sicht des Projektes ist es ein Anreiz, sich dem Medium Internet zuzuwenden, indem man diese Vermarktungsmöglichkeiten nutzt. Wie die Gelben Seiten auch, sind die Internetseiten an sich nicht sehr spannend aufgebaut. Denn wir wollen die Anbieterinnen, die sich dort eintragen, motivieren, eine eigene Internetseite zu den Kontaktdaten hinzuzufügen. Auf diese Art und Weise entstehen neue Internetseiten und damit zielgruppenspezifische Inhalte.

Wenn man eine neue Zielgruppe für die Neuen Medien begeistern möchte, dann muss diese Zielgruppe dort auch ansprechende Inhalte finden. Die vielfach beworbenen Möglichkeiten des Internet wie z. B. die Möglichkeiten Bahntickets zu bestellen, interessieren unsere Zielgruppe nur bedingt, da öffentliche Verkehrsmittel im ländlichen Raum nur wenig oder gar nicht vorhanden sind. Ebenso ist Online-Banking kein Angebot für das sich unser Klientel interessiert und somit kein interessantes Angebot, um die bestehenden Barrieren der Internetnutzung zu überwinden. Über das LandPortal geben wir also den Anreiz, eigene Internetseiten zu erstellen. Es ist aber auch ein Angebot für LandFrauen, die erstmals im Internet surfen, relativ schnell und einfach zielgruppenspezifische Internetseiten zu finden.

Bis zum Projektende haben wir jetzt noch einige Monate vor uns. Die Ergebnisse sind bisher sehr zufrieden stellend. Wir stellen fest, die IT-LandFrauen sind mittlerweile ein feststehender Begriff im ländlichen Raum. Die LandFrauen verbinden mit dem Namen etwas. Und die IT-LandFrauen haben auch alle mehr oder weniger eine eigene Existenz mit ihren IT-Produkten

gründen können. Dies geschieht zum Teil mit viel ehrenamtlichem Engagement, aber auch als Existenzgründerin in einer Ich-AG.

Das LandPortal hat mittlerweile monatlich zehntausend Zugriffe. Es sind in der Zeit mehr als 200 Internetseiten entstanden, die sich mit LandFrauenvereinen oder Hofcafés, Direktvermarktung usw. beschäftigen. Und wir stellen fest, dass auch die Internetseite [Landportal](#) immer bekannter wird.

Es gibt noch viele andere Gründe, weshalb Frauen im ländlichen Raum noch davon abgehalten werden, die Neuen Medien zu nutzen. Ein Grund war und ist das Nichtvorhandensein von DSL und damit einer Flatrate. Dies ist gerade für Unternehmerinnen ein Problem, wenn sie dadurch im Vergleich zu DSL-erschlossenen Gebieten wesentlich höhere Kosten zahlen müssen. Alternativen gibt es, aber die werden nicht so anwenderfreundlich propagiert. Gerade Anfänger scheuen sich davor, die hohen Investitionen zu tragen.

Abschließend möchte noch einen Punkt kurz ansprechen: Es fehlt auch aus unserer Sicht ein „Einsteiger-PC“. Wir stellen bei den LandFrauen häufig fest, dass *alte Schätzchen*, die in der Familie ausrangiert worden sind, den Anfängern für erste Versuche zur Verfügung gestellt werden. Und Sie wissen selber, was das bedeutet. Mit den damit verbundenen Hard- und Softwareproblemen ausrangierter Computer sind Anfänger überfordert. Wir würden es als LandFrauenverband sehr begrüßen, wenn Unternehmen feststellen würden, welches Kundenpotenzial hier vorhanden ist. Denn es sind zwar mehr als die Hälfte der Deutschen online. Das heißt auch: Fast die Hälfte ist es nicht. Da existiert noch ein unglaubliches Potenzial an neuen Kunden und Kundinnen.

Als Hoffnung für die Zukunft möchte ich abschließend formulieren: Frankreich hat sich zum Ziel gesetzt: *Breitbandtechnologie für alle zu günstigen Preisen!* Ich denke, das ist auch in Deutschland dringend erforderlich. Die Diskussion konzentriert sich mittlerweile sehr auf die Qualität, die im Internet angeboten

wird und verliert dadurch den Blick auf die Gruppen, die gar nichts von der Qualität haben, weil sie nicht online sind.

Ich bedanke mich ganz herzlich für Ihre Aufmerksamkeit. Gemeinsam mit meinen Mitstreitern würden wir uns freuen, wenn wir im Nachgang zu dieser Podiumsdiskussion noch auf Ihre Fragen und Anregungen eingehen dürfen.

Jürgen Mutter, IBM Deutschland

Ich leite bei IBM das [Accessibility-Center](#). Haben Sie bei Ihren Projekten auch an Behinderte, sprich, vorwiegend sehbehinderte und blinde Menschen gedacht? Das ist ja ein Markt in Deutschland, der auch für Ihre Landfrauen eine Zielgruppe sein könnte.

Heike Troue, Deutscher Landfrauenverband

LandFrauen sind ganz normale Frauen. Sie leben nur im ländlichen Raum. Und natürlich gibt es auch LandFrauen, die sehbehindert sind. Wir haben durchaus daran gedacht, unseren Internetauftritt barrierefrei zu gestalten, so dass er auch für diese Gruppen, wenn sie über die entsprechende Technik verfügen, zugänglich ist.

Prof. Dr. Jo Groebel, Europäisches Medieninstitut

Haben Sie darüber Information über die Nutzung des Internet durch die Partner dieser Landfrauen, durch die *Landmänner*? Sieht das anders aus? Ist es eine ähnliche Nutzung? Sind die Interessen ganz anders gelagert? Internetnutzung heißt ja auch sehr häufig, es gibt so etwas wie eine familiäre Nutzung.

Heike Troue, Deutscher Landfrauenverband

Wir haben keine exakten Untersuchungen darüber. Wir wissen aber, dass in sehr vielen landwirtschaftlichen Betrieben – ca. 80 bis 90 % – Computer vorhanden sind. Häufig sind es auch durchaus die Frauen, die die Buchführung erledigen und entsprechende Computererfahrungen haben. Aber wir wissen auch, dass der Familien-PC in aller Regel kein Familien-PC ist, und dass

Frauen wesentlich größere Angst davor haben, den Computer fehlerhaft zu bedienen.

Wir wissen, dass Familienmitglieder oft keine guten Lehrer sind, wenn Anfänger ihre ersten Schritte im Internet versuchen. Das ist der Vorteil der IT-LandFrauen. Sie sprechen die Sprache der LandFrauen. Sie wissen, wie man Begriffe wie „Maus“ dieser Zielgruppe näher bringen kann. Wir dürfen in der Diskussion nicht vergessen, dass wir heute eine Fachsprache anwenden, die jemand, der vorher noch nicht am PC gesessen hat, wirklich nicht mehr aufnehmen und nachvollziehen kann.

Prof. Dr. Jo Groebel, Europäisches Medieninstitut

Damit zerstören Sie soeben den Internetmythos, dass die Kinder doch die perfekten Lehrmeister seien.

Herr Reiss, Sie sind als angekündigter Repräsentant des Ministeriums ländlicher Raum Baden-Württemberg erneut in der Situation, uns Erfolgsmodelle vorzustellen.

Michael Reiss, Ministerium Ländlicher Raum Baden-Württemberg

Allein die Tatsache, dass ich jetzt nicht mit einer Power-Point-Präsentation dienen kann, wird Ihnen ein bisschen vermitteln können, wie wir in Baden-Württemberg an das Thema herangehen. Man hat nicht immer Power-Point-Möglichkeiten vor Ort und schon gar nicht bei einer Übersättigung mit Power-Point die Notwendigkeit, mit irgendwelchen Spezialeffekten über huschende Mäuse oder wie auch immer, um beim Stichwort zu bleiben, entsprechend konfrontiert zu werden.

Ich will meine Ausführungen, meine Damen und Herren, in zwei Bereiche gliedern. Ich möchte etwas zu unserer grundsätzlichen Einstellung zu diesem Thema sagen und auch zu der ideologischen Basis, in Anführungszeichen, von der wir hier das Thema neue Medien in Baden-Württemberg im ländlichen Raum angehen. Und zweitens will ich Ihnen natürlich einige Punkte aufzählen,

wo wir der Meinung sind, dass wir entsprechend Impulse seitens der Landesregierung setzen können.

Richtungsweisend war für uns in Baden-Württemberg der erste internationale Dorfentwicklungskongress in Konstanz im Jahr 2000, wo unsere Experten gemeinsam mit europäischen Experten das so genannte Profil des Mediendorfes entwickelt haben. Dieses Dorfprofil Mediendorf zeigt Ihnen auch schon ein bisschen den Ansatz, in welche Richtung wir denken. Wir denken relativ stark von der Kommune im ländlichen Raum her. Und das ist letzten Endes natürlich ein äußerst pragmatischer Ansatz.

Wir wollen natürlich mit dem Mediendorf dazu beitragen, dass im ländlichen Raum die Mediennutzung, die Internetnutzung steigt etc. Wir wollen versuchen, die Entfernungsproblematik etwas in den Griff zu kriegen, dies versteht sich von selbst. Für uns ist es aber wichtig, dass das Thema Mediendorf auch die Atmosphäre schafft, in der das Thema neue Medien von der Gesamtbevölkerung angegangen werden kann. Und da kann ich ein Beispiel nennen.

Es ist natürlich schon faszinierend, wenn sie sehen, wie die zwölfjährige Enkelin, die in der Grundschule und in der Hauptschule ihrer Gemeinde mit dem Thema konfrontiert worden ist, dem Großvater mit 75 beibringen kann, wie er anschließend ins Internet geht, und der Großvater mit 75 dann anschließend seine Ehefrau mit 70 davon überzeugt, sie solle doch gefälligst das Thema auch mal nutzen. Sie könne sich ja Möglichkeiten besorgen, wie man beispielsweise u.a. auch den Speisezettel verändern kann.

Das sind sicherlich so Kleinigkeiten, wo Sie vielleicht etwas drüber lächeln. Aber ich denke, es ist wichtig, das Thema kommunal und ganzheitlich anzugehen, weil Sie damit auch einen entsprechend dauerhaften Erfolg letzten Endes erzielen können. Dass natürlich hier die Kommune eine bestimmte Vorbildfunktion zu übernehmen hat, ist keine Frage. Es geht nicht nur darum, dass entsprechend ansprechende Homepages vorhanden sind, sondern

selbstverständlich geht es auch um die Frage, was für einen Nutzen der jeweilige Bürger davon bekommt. Und es ist schon interessant, wie erfinderisch Bürgermeister sein können, wenn es um den so genannten „Müllwecker“ und derartige Kleinigkeiten geht, oder die Kommune ihren Autofahrern Hinweise gibt, wo gerade der Landkreis Geschwindigkeitskontrollen macht, damit man entsprechend die Landkreiskasse etwas schröpfen kann, etwas despektierlich gesagt.

Ich möchte auf zwei wichtige Aspekte zu sprechen kommen. Da ist die technische Seite. Herr Cosse hat es vorhin schon angesprochen. Die technische, flächendeckende Versorgung des ländlichen Raums ist sicherlich heute kein Problem mehr. Es ist die Kostenfrage, um die es geht. Denn Sie müssen feststellen, dass die Privatisierung des Post- und Fernmeldewesens auch eine Kehrseite der Medaille hat. Die Deutsche Telekom lässt heute natürlich schon die Politik spüren, unter vorgehaltener Hand kriegen wir das auch schon ab und zu gesagt, dass sie zu Zeiten der Deutschen Bundespost von der Politik manchmal zu Dingen genötigt wurde, die unter ökonomisch-privatwirtschaftlichen Gesichtspunkten nicht immer sehr förderlich waren, und man heute auch sehr deutlich macht, dass man unter diesem Paradigmenwechsel bestimmte Dinge anders bewertet.

Ganz konkret: Wir haben ein Internetdorf Mönchweiler. Dort haben Sie auf der einen Seite der Hauptstraße die TDSL-Anbindung, weil die Telekom entsprechende technische Vorrichtungen getätigt hat. Und auf der anderen Seite können Sie halt nur per Kupferkabel rein. Und sämtliche Bemühungen der Kommune, notfalls zu sagen, wir verlegen euch das Kabel, wir zahlen die entsprechenden Arbeiten, bewegen die Telekom nicht dazu, die Dinge zu regeln. Deswegen setzen wir im Übrigen auf Wettbewerb.

Da wir gerade bei dem Thema ländlicher Raum und Wirtschaftlichkeit sind, ganz kurz eine Anmerkung zu der eingangs von Prof. Groebel gestellten Frage zum Thema Strukturschwäche und Altersaufbau. Es kommt hier zusammen, dass ich im Ministerium zuständig bin für Altersaufbau und

Bevölkerungsentwicklung und gleichzeitig für neue Medien. Unsere Untersuchungen in Baden-Württemberg zeigen sehr deutlich, dass die Strukturschwäche – heute zumindest – nicht gekoppelt ist mit dem Altersaufbau, im Gegenteil, wir haben im ländlichen Raum eine relativ junge Bevölkerung. Nur wenn Sie die Bevölkerungsentwicklung der nächsten 20 Jahre über 2025 hinaus ziehen, wird das genau kippen. Wir werden eine tendenziell ältere Struktur haben, dafür werden aber die Großstädte, insbesondere die, die mit Universitäten entsprechende Angebote machen können, tendenziell eine jüngere Altersstruktur haben, so dass sich daraus entsprechende Notwendigkeiten politisch ergeben.

Lassen Sie mich noch sagen, was wir als Ministerium Ländlicher Raum gerne sehen würden, wie die neuen Medien letzten Endes konkret vor Ort wirken können. Wir haben ein Beispiel gehört, KOMM-IN in Sternenfels in Baden-Württemberg. Wir müssen natürlich zur Kenntnis nehmen, dass der Strukturwandel im Einzelhandel, insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel, weiter geht. Der Druck wird zunehmen. Das heißt, wir werden bei einer dispersen Siedlungsstruktur natürlich Probleme kriegen, was die Erreichbarkeit entsprechender Versorgung – sowohl im Lebensmittelbereich, als auch im Bereich der Gegenstände des täglichen Bedarfs – angeht. Hier sind wir schon der Meinung, dass wir versuchen müssen, eine Kombination hinzukriegen, sowohl Versorgungsmöglichkeiten und Angebote über Internet und gleichzeitig die Kombination mit kommunalen Angeboten, wie dies in Sternenfels teilweise praktiziert wird.

Aber nehmen wir – ganz aktuell – das Thema Gesundheitsreform. Sie müssen mal einem normalen Kranken erklären, der jeden Monat seine entsprechenden Rezepte braucht, weil er eine Dauermedikation hat, warum er jedes Mal zum Arzt rennen muss. Warum sind wir nicht in der Lage, derartige Dienstleistungen auch über neue Medien anzubieten und damit – das gilt für den städtischen Raum im Grundsatz genauso wie für den ländlichen Raum – Entfernungen leichter überwindbar zu machen. Sie können in dem Bereich Rechtsanwälte, Steuerberatung usw. ohne weiteres mit einbeziehen. Hier gibt es die

Möglichkeit, die disperse Siedlungsstruktur im ländlichen Raum zumindest einigermaßen zu überwinden.

Noch ein ganz heißes Eisen: Ich halte die Frage nicht unbedingt für abwegig, ob es notwendig ist, jeden Morgen Schulkinder über zig Kilometer zur Schule zu transportieren oder teure Internate zu unterhalten, wenn es möglich wäre, den Unterricht im Wohnzimmer der Schüler durchzuführen und entsprechende Präsenzzeiten in der Schule auf die notwendigen sozialen Kontakte und auf bestimmte Dinge, die nur mit Präsenz des Lehrers realiter möglich sind, zu reduzieren. Ich weiß, das ist ein heißes Eisen. Aber wenn wir uns die Bevölkerungsentwicklung, insbesondere in den neuen Bundesländern, ansehen und das, was auf uns in den alten Bundesländern zukommt, längstens nach 2050, wird uns diese Frage sehr intensiv beschäftigen.

Was tut Baden-Württemberg auf der Basis dessen, was ich momentan genannt habe. Sie finden in den Tagungsmappen zwei Prospekte zu dem Thema. Das eine ist das mobile Internetcafé und die mobile Internetschule. Zum anderen hat der Kollege von der MFG das neueste druckfrische Programm des Landes Baden-Württemberg dabei, mit [doIT-Regional](#) setzt das Land über die Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg entsprechende Impulse für neue Projekte und Ideen im ländlichen Raum.

Baden-Württemberg hat die mobilen Internetcafés, die ein ambulantes erstes Kennen lernen der neuen Medien vor Ort ermöglichen, erfunden. 1997 haben wir damit begonnen, systematisch die Angebote im ländlichen Raum den Menschen näher zu bringen. Wir verfügen derzeit über zwei mobile Internetschulen, zusammen mit den Kommunen abrufbar und immer mehr auch einsetzbar im generationsübergreifenden Bereich. Wir haben zum anderen unsere Kompetenzzentren für neue Medien und neue Arbeitsformen, wie Telearbeit im ländlichen Raum, wo wir versuchen, über Technologiebetreuungscentren und Technologietransferstützpunkte entsprechende Pionierarbeit zu leisten. Selbstverständlich gilt das auch für den Ausbau der entsprechenden Studiengänge in Baden-Württemberg,

insbesondere auch im Bildungsbereich. Sie kennen ja die Probleme, wenn Lehrer vor der Klasse stehen und die Schüler dann den Lehrern erklären müssen, was Internet eigentlich ist. Diese Situation ist in vielen Bereichen heute nach wie vor der Fall.

Wichtig war für uns der [Wettbewerb Internetdorf](#), wo wir die kommunalen Einrichtungen ermutigt haben, entsprechende Websites zu gestalten, herzustellen, auch immer unter dem Aspekt, was bringt das für den einzelnen Bürger, neu zu überarbeiten. Wir sind gerade dabei, diesen Wettbewerb nach den neuen Gesichtspunkten zu aktualisieren. Wir werden sehen, was die gemeinsame Arbeitsgruppe mit den Mediendörfern und der Akademie Ländlicher Raum Baden-Württemberg an Ergebnissen bringen wird.

Und damit bin ich bei einem Kern, dem Herzstück, dem Modellprojekt Arbeitskreis Mediendörfer, wie schon genannt auf dem Grundsatz der Dorfprofile entwickelt, dem Mediendorf. Ziel des Arbeitskreises ist es, die Entwicklungschancen des ländlichen Raums zu erhöhen und mit dem Einsatz der modernen Medien die in der Vergangenheit eher gewachsenen Defizite der kommunalen Infrastruktur und Dienstleistungen für die Bürger und das Gewerbe auszugleichen und der Entwicklung anzupassen. Wir sind der Meinung, dass hier eine vorausschauende Strukturpolitik eines Bundeslandes gerade ansetzen muss. Es geht dabei nicht nur um die Stärkung des Wirtschaftsstandortes. Wir haben in diesem Arbeitskreis vier verschiedene Kommunen, die versuchen entsprechend Pionierarbeit zu leisten – derzeit in zwei Bereichen. Eins ist der Bereich Einkaufsplattform und Job-Lösung für das Gewerbe, inzwischen unter Einbezug der freien Berufe und des Dienstleistungsbereichs. Der zweite Bereich ist die flächendeckende Versorgung mit Dienstleistungen der neuen Medien. Dort werden wir an zwei Standorten zum einen den Einsatz von Satelliten erproben. Derzeitige Diskussionen laufen auf genossenschaftliche Basis hinaus. Was hindert uns, in die Mitte eines Neubaugebiets die Schüssel zu stellen, um den Empfang sicherzustellen und über traditionelle Kabel oder Wireless-LAN die Einzelhaushalte zu versorgen und zum anderen bezüglich des in Baden-

Württemberg relativ weit verbreiteten Kabels ebenfalls hier die Entfernungsproblematik und die Penetration zu verbessern.

Ein Stichwort digitale Signatur: Für uns erweist sich das Fehlen der so genannten Leuchtturmanwendung für die digitale Signatur immer mehr als wesentliches Hindernis. Weil natürlich unsere Kommunen sehr wohl fragen, warum wir viel Geld ausgeben, viel Energie reinstecken, um mit unseren Homepages die Bürger auch bürgernah zu bedienen und dann, wenn es für uns als Kommune wichtig wird, beim Bauantrag, bei Kfz-An- und Ummeldungen, beim Einwohnermeldeamt, die digitale Signatur zwar rein technisch vorhanden ist, aber die Penetration der Bevölkerung nicht entsprechend läuft. Da sind wir als Baden-Württemberger der Meinung, das ist Aufgabe des Bundes, weil so etwas natürlich nur dann einen Sinn und Zweck hat, wenn jeder Bürger die digitale Signatur automatisch in der Hosentasche hat, sei es über die EC-Karte, sei es über den neuen Ausweis, sei es über die Gesundheitskarte, sei es über die Job-Karte. Beispiele gibt es genügend. Es kann nicht sein, dass jedes Bundesland seine eigene *Klein-Klein-Lösung* bringt und wir hinterher dann 16 verschiedene Karten haben, in jedem Bundesland eine andere, und dann wieder in die Kleinstaaterei zurückfallen.

Christa Frenzel, Niedersächsisches Ministerium für Soziales, Frauen, Familie und Gesundheit

Mein Thema ist *(W)Internet-Cafés in Niedersachsen*. Die *(W)Internet-Cafés* sind Bestandteil eines Gesamtkonzeptes. Wir haben heute schon gehört, dass das Jahr 2000 richtungweisend für viele IT-Projekte gewesen ist, so auch im Bereich Frauen und IT. Die Frauen- und Gleichstellungsministerinnen der Länder haben sich ausführlich mit dem Thema im Jahr 2000 befasst. Es ist ein Hearing durchgeführt worden, an dem fast alle Ministerinnen der 16 Bundesländer teilgenommen haben. In der Folge ist zwischen den Bundesländern ein Beschluss mit vier wesentlichen Eckpunkten vorbereitet worden.

Und zwar sollen das *Bündeln und Erstellen von frauenspezifischen Inhalten*, *das Schaffen von öffentlich zugänglichen Internet-Terminals*, *das Fördern von Medienkompetenz und die Berücksichtigung der Geschlechterperspektive im Rahmen der IT-Politik* künftig Maßstab des Handelns sein.

In Niedersachsen haben wir daraufhin eine Konzeption *Frauen und IT* erstellt. Wir haben uns vorgenommen, Informationen zu bündeln oder auch mehr frauenspezifische Informationen ins Netz zu bringen. Wir haben ein Frauenportal geschaffen. Wir haben uns weiterhin vorgenommen, Medienkompetenz zu vermitteln unter dem Motto: *Das Internet kommt auch zu Ihnen*. Wir haben festgestellt, dass es eben nicht so leicht ist, die Nonlinerinnen, die internetfernen Frauen, vom Internet zu begeistern. Und wir haben als dritten Baustein das Thema Öffentlichkeitsarbeit zum Schwerpunkt gemacht. Wir wollen Neugier bei den Nonlinerinnen wecken. Wir wollen den Nutzwert transportieren. Und wir wollen Akteurinnen und Multiplikatorinnen vernetzen und gewinnen. Und wir wollen natürlich in den Mainstream der IT-Politik. Hierzu fällt mir – da stimme ich Ihnen sehr zu – auch das Stichwort *E-Government* ein. *E-Government* ist vielfach technikorientiert. Es geht in erster Linie um die Frage, wie der Informationsaustausch und die Zusammenarbeit zwischen den Kommunen verbessert werden kann oder welche Dienstleistungen ins Netz gestellt werden können. Aber es wird kaum überlegt, wie die so genannten Nonlinerinnen und Nonliner, also diejenigen, die noch nicht am Netz sind, gewonnen werden können.

Ein Blick in das Portal [FrauenOnlineNiedersachsen](#): Ich zeige Ihnen diese Bilder auch deswegen, weil wir auch festgestellt haben, dass beim Thema Frauen und IT auch Ästhetik und Atmosphäre eine Rolle spielen. Frauen wollen sich auch im Netz zu Hause fühlen. Deswegen wollen sie auch von einem guten Design angesprochen werden. Sie wollen nicht nur Informationen.

Wir haben mit dem *Frauenserver* ein kleines Fachportal *Frauen und IT* bereit gestellt, wo Multiplikatorinnen, aber auch Bürgerinnen sich intensiv mit dem

Thema befassen können und auch Hinweise bekommen, wo sie sich weiter qualifizieren können.

Unter dem Motto, *das Internet kommt auch zu Ihnen*, haben wir einen Bus gechartert und sind durch Niedersachsen gefahren. Wir haben hierzu ein Rahmenkonzept erstellt. Der Bus stand nicht irgendwo isoliert auf dem einem Marktplatz, sondern wir haben diesen Bus den kommunalen Frauen- und Gleichstellungsbeauftragten angeboten. Der Einsatz des Busses ist immer durch starke Öffentlichkeitsarbeit begleitet worden, um hierdurch auch den Nutzwert des Internet zu verdeutlichen. Es gab Auftaktveranstaltungen für den Einsatz des Busses in der Region, in der er tourte. Es gab einen Markt der Möglichkeiten. Die Weiterbildungsträger hatten die Chance, im Rahmen dieser Veranstaltungen ihre Angebote zu präsentieren.

Wir haben den Bus zwei Jahre durch Niedersachsen geschickt. Er war an 160 Standorten. Und wir haben ungefähr 5.000 Frauen mit dem Einsatz des Internetbusses erreicht. Wir haben gleichzeitig – gemeinsam mit den kommunalen Gleichstellungsbeauftragten – so genannte Aktionswochen *Frauen und IT* durchgeführt, durch die wiederum auch der Nutzwert des Internet und die Qualifikationsmöglichkeiten thematisiert wurden. Teilweise haben auch kleine Schulungsmaßnahmen stattgefunden, Aktionswochen und Schulungen im Internetbus fanden häufig zeitgleich statt.

Die Neugier und das Interesse waren und sind durch diese Aktivitäten besonders im ländlichen Raum geweckt: Die Menschen interessieren sich für den Niedersachsenteil der großen Zeitungen. Sie interessieren sich aber noch mehr für einen schönen bunten Bus, der direkt vor ihrer Haustür steht und in den sie einsteigen können.

Das Busangebot ließ sich aus verschiedenen Gründen nur zwei Jahre durchführen. Wir haben dann überlegt, was tun wir denn nun mit der Neugier und dem Interesse der Frauen? Und so haben wir nach einem weiteren niedrigschwelligen Angebot gesucht und das (W)Internetcafé kreiert.

(W)Internetcafé meint: Internetcafé im Winter für zehn Wochen, genau dann, wenn Weihnachten vorbei ist und die Landfrauen und andere im ländlichen Raum wohnende Frauen noch nicht in ihren Garten gehen können. Wir haben diese Zeit genutzt, sie für das Internet zu qualifizieren. Ein Prinzip war dabei, dass wir öffentlich geförderte Einrichtungen mit entsprechender Hardware, wie Multimedia-Lerninseln, die teilweise vom Bund, teilweise aber auch vom Land gefördert worden sind, dafür in Anspruch genommen haben. Später haben wir auch andere Schulen, die technisch gut ausgestattet sind, genutzt. Auch die (W)Internetcafés haben wir wiederum mit Frauenbeauftragten und Frauenverbänden gemeinsam durchgeführt. Und wir haben auch hier einheitliches Rahmenmaterial erstellt. Eine große Hilfe für die Projektträger vor Ort, denn sie konnten ganz einfach und schnell werben..

Ich möchte Ihre Aufmerksamkeit auf das Layout der Website lenken: Die Vernetzungsstelle für Gleichberechtigung und Frauenbeauftragte, die Projektträger ist, hat mit gesicherter Hand ein Layout im Stil der 70er Jahre gezaubert, was wenig technikorientiert ist und auf sehr große Zustimmung gestoßen ist.

Hier ein Blick ins (W)Internetcafé in Hermannsburg, das von einer IT-Landfrau durchgeführt worden ist, insofern haben wir da auch die Verknüpfung. Und Sie sehen auf dem rechten Bild: Rechtzeitig zur Eröffnung des (W)Internetcafés kam auch der Schnee.

Wir haben an allen Standorten Kinderbetreuung angeboten. Das ist auch sehr, sehr wichtig, weil nichtberufstätige Frauen häufig zu den Nonlinerinnen gehören und wenig Möglichkeiten zur Weiterbildung haben, wenn die Kinder noch klein sind.

Fazit: Wir sind mit unseren Maßnahmen auf dem richtigen Weg. Niedersachsen lag bei der Internetnutzung durch Frauen 2003 bundesweit auf Platz 5. Und bei der Nutzungsplanung von Frauen liegt Niedersachsen leicht über dem Bundesdurchschnitt. Mit dem (W)Internetcafé haben wir das Herz der Frauen in

Niedersachsen erobert. Frauen im ländlichen Raum sind pragmatisch, ich überspitze das ein bisschen, sie sind in besonderem Maße nutzenorientiert. Sie haben weite Wege. Das Internet ist ein Werkzeug zur Verkürzung. Frauen sind kostenbewusst und kritisch. Die Niedrigschwelligkeit beim ersten Einstieg drückt sich hier auch tatsächlich durch Kostenfreiheit aus. Das haben wir auch bei den anderen Maßnahmen festgestellt, auch bei dem Bus. Es ist einfach wichtig für dieses erste Schnuppern, erst mal auch die Kostenschwelle ganz niedrig zu halten.

Der Transport, auch das ist ganz wichtig, durch bekannte Multiplikatorinnen wirkt vertrauensbildend. Also die örtliche Frauenbeauftragte oder die Landfrauen, die ja ganz viele – in Führungszeichen – seriöse Angebote machen, laden mit großer Überzeugungskraft zum Schnuppern im www. ein.

Die Gewinnung von dauerhaften Internetnutzerinnen bedarf weiterer zielgruppenspezifischer Maßnahmen. Wir – die öffentliche Hand und, sofern es *Public-Private-Partnerships* gibt, auch die Wirtschaft – müssen weiterhin investieren, damit wir die Nichtnutzer auch überzeugen. Die Internetnutzung ist kein selbstlaufender Prozess. Wir müssen schon noch stärker dafür werben.

Perspektive in Niedersachsen: Das (W)Internetcafé II startet jetzt als Icecafé und endet dann im März 2005 als (W)Internetcafé. Und es ist nach wie vor ein ungebrochenes Interesse. Ich denke, wir müssen da weitermachen. Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Mike Bielagk, KabelJournal GmbH

Ich stelle Ihnen das [Pilotprojekt SaZ – Sachsens lebendige Zukunft](#) vor. Ein Modell für die Förderung von Telematikanwendungen im ländlichen Raum. Wir haben das Projekt Ende 2001 offiziell beendet. Es gibt aber eine weitere Arbeitsgemeinschaft, bestehend aus den Partnern, die weitermachen und die Projekte weiterführen. Ich kann Ihnen kurz einen Überblick geben, was war es, woraus es bestand und wie es weiter geht?

Eines unser Leitbilder war *der Computer im Wald*, eine Verbindung, die man sich nicht in erster Linie vorstellen kann, Telematik im ländlichen Raum, neue Chancen durch neue Medien.

(Videoeinspielung)

Das war ein Teil der Marketingkampagne, mit der SalZ in Sachsen gelaufen ist. Wir haben uns die Frage gestellt: Was wird Internet in mehreren Jahren oder in der Projektlaufzeit bewirken. Da sind wir darauf gekommen, dass der Umgang eigentlich entscheidend ist, nicht das Internet an sich oder das Internet als Werkzeug, sondern der Umgang mit dem Internet. Wir wollten die Projekte inhaltegestützt und weniger technikgestützt machen. Dass wir auf der Technik aufbauen müssen, ist klar, aber der Kosten-Nutzen-Effekt war für uns das Wichtigste.

Kurz zu meiner Person: Ich bin Geschäftsführer der KabelJournal GmbH. Die KabelJournal GmbH ist eine kleine Kommunikationsfirma aus dem Erzgebirge. Wir haben dort drei Hauptgeschäftsfelder, unser Kerngeschäft ist Lokalfernsehen. Das heißt, wir gehen mit breitbandigen Inhalten in einer Region um. Bei Region spreche ich von ein, zwei Landkreisen. Wir haben damit natürlich auch eine Möglichkeit, integrierend in so einer Region zu wirken, weil wir das einzige Programm aus der Region sind. Wenn Sie den Fernseher anschalten, haben Sie in manchen Kabelanlagen 200, 250 Programme. Aber es gibt immer nur eins aus der Region. Das bringt uns natürlich in eine Position, Inhalte besser transportieren zu können.

Ein zweiter Teil ist, dass wir aus der historischen Entwicklung Internetprovider oder Internetdienstleister sind. Wir haben gesagt, auch für unser Unternehmen ist es wichtig, das Fernsehen zu digitalisieren. Und die Initiative D 21 hat gesagt, bis 2010 soll es weitestgehend keine analogen Fernsehprogramme mehr geben. Das bedeutet natürlich für die kleinen lokalen Fernsehveranstalter in Sachsen – inzwischen 80 an der Zahl – eine ungeheuer große Investition und

ein ungeheures Know-how, das angesammelt werden muss. Da geht es nicht nur um Digitalisierung, dort müssen ganze Arbeitsabläufe verändert werden.

Ein drittes Standbein ist eine ganz klassische Werbe- und Media-Agentur.

Wir sind zu dem Projekt durch eine Ausschreibung des Projekts „Sachsens lebendige Zukunft“ gekommen – SaZ, das von 1997 bis 2001 zur Förderung der Telematik im ländlichen Raum initiiert worden ist. Es sollte Unterstützung leisten beim Einstieg in die Informationsgesellschaft. Es hatte vier Säulen: Bewusstseinsbildung, Aus- und Weiterbildung, also dem Nutzer erst einmal zu sagen, was wollen wir, was könnt ihr damit. Es beinhaltete natürlich den Bereich Infrastruktur, Inhalte oder Anwendungen und den Ergebnistransfer.

Bewusstseinsbildung: Wir hatten uns natürlich auch schöne Slogans ausgedacht. Einer davon hieß: *Die Welt ins Dorf holen*. Wir haben dort zielgruppenspezifisch Seminare für die ländliche Bevölkerung gemacht, für Vereine, Verbände, kleine und mittelständische Unternehmen, Landwirte und Forstwirte, zum Thema Grundlagen und Nutzen für den Einstieg ins Internet, schon 97/ 98. Ich kann Ihnen sagen, es war schwierig, da entsprechende Inhalte zu finden.

Es gab mehrere Machbarkeitsstudien, die mit Universitäten durchgeführt worden sind, z.B. ein Leitfaden für *Electronic-Commerce* für Direktvermarkter oder *wie kann Direktvermarktung durch Electronic-Commerce unterstützt werden?* Das Projekt ist leider bei der Studie stehen geblieben, weil wir keine Direktvermarkter gefunden haben, die das Projekt mit Leben füllen wollten. Denn die Studie hat natürlich ausgesagt, wenn Sie Direktvermarktung für Lebensmittel im ländlichen Raum machen wollen, haben Sie da ganz andere Richtlinien als mit einem ganz normalen Shop zu erfüllen, der Non-Food vertreibt. So sind Kühlhäuser vorzuhalten. Es gibt eine ganze EU-Richtlinienpalette, die Sie berücksichtigen müssen. Und das überfordert die vielen kleinen möglichen Direktvermarkter. Das war ein Ergebnis dieser Studie.

Und es gab eine zweite Studie, die darauf aufbaut, wie intelligente Logistikstrukturen entwickelt werden können. Diese Studie dient heute immer noch als Grundlage für unsere weitere Arbeit.

Wir haben verschiedene Portale aufgebaut – z.B. Landveranstaltungen, Landverbund. Das ist eine Präsentationsplattform für Verbände und Vereine in Sachsen, mit zurzeit über 600 Nutzern. Sie pflegen alle ihre Einträge dort selbst. Und dieses Portal ist jetzt auch Grundlage für eine weitere Vernetzung. Es gibt als weiteres die Gebäudebörse. Dort wurde alte Gebäudesubstanz erfasst und in eine Datenbank aufgenommen. Menschen, die die Daten erfassen, wurden mit Hilfe des Arbeitsamts gefunden. Die haben dann alte Gebäudesubstanz fotografiert, ins Netz gestellt, angeboten mit dem Ziel, Nutzer für diese alten Gebäude zu finden, um ländliche gewachsene Strukturen einfach zu erhalten. Es sind über einhundert Objekte an den Nutzer gebracht worden. Das läuft auch immer noch weiter, und ich könnte mir auch vorstellen, dass eine deutschlandweite Ausdehnung – auch in Zusammenarbeit mit den IT-Landfrauen – Sinn macht, zumal ich mir vorstellen kann, dass diese ja auch noch ständig nach neuen Anwendungsmöglichkeiten suchen.

Ein weiteres Projekt war die Landmaschinenbörse. Was wird dort gemacht? Wir haben einen sehr regen Anwender gehabt, der bei Landwirten tagaus, tagein unterwegs gewesen ist und gefragt hat, was macht ihr denn mit euren alten Maschinen? Er hat diese dann ins Netz gestellt. Und dort ist ein schwunghafter Handel entstanden mit Weißrussland, mit Tschechien, mit Polen. Mittlerweile lebt der Mann davon. Er kauft also alte Maschinen auf, bietet die im Netz an und sie finden noch eine Verwendung, wir sagen immer, dort, wo der TÜV nicht so hart ist. Viele der Maschinen funktionieren einwandfrei. Wir haben gerade in Weißrussland viele Maschinen im Einsatz, die aus DDR-Zeiten stammen, für die hier immer noch Ersatzteile herumliegen, die dann dort mit angeboten werden können. Dort ist wirklich eine Chance gesucht und gefunden worden. Und hier ist auch eine Existenz gesichert worden.

Es gibt ein weiteres Portal, den Holzmarkt. Das ist ein Angebots- und Nachfrageportal für sächsisches Holz. Mittlerweile dient es sogar intern dazu, Logistikfragen des Forstministeriums zu klären. Wir haben dort Übersichtskarten und Routenpläne integriert. Z. B. ein ganz alltägliches Problem: Im Wald passiert ein Unfall. Der Krankenwagen muss in den Wald. Es gibt keine Karten. Es ist nichts da. Aber jetzt gibt es eine GPS-Lösung. Der Förster kann von seinem heimischen PC aus eine Route planen, wie dieser Krankenwagen fahren soll, übermittelt das per E-Mail oder per SMS an ein GPS-Gerät. Und die Krankenwagen fahren dann nach GPS-Koordinaten.

Noch ein weiteres Projekt war das *virtuelle Rathaus*. Da ging es um die Einführung eines Formulare-service, einen Behördenwegweiser, die Anbindung an interne Verwaltungsabläufe. Dort sind wir auch wegen digitaler Signatur, wegen der ganzen Schwierigkeiten, von denen wir heute schon gehört haben, stehen geblieben. Dort fehlen auch die Anreize von – sage ich mal – weiter oben. Das kann eine einfache Kommune nicht schaffen.

Jetzt kommen wir in Richtung Infrastruktur. Da gab es eine Studie *virtuelle Kommune*. Dort sollte untersucht werden, inwieweit sind die Informationsstrukturen in Sachsen in der Lage, schnelles Internet zu organisieren oder dieses Infrastrukturdefizit, wovon wir heute schon öfter gehört haben, abzubauen. Ich sehe immer noch eine Karte der Telekom vor mir, die sagt, wie der Kabel-TV-Markt in Sachsen ist: „In Sachsen gibt es eigentlich keinen Kabel-TV-Markt“. Die Karte der Telekom ist dort weiß. Das hängt aber damit zusammen, dass es in Sachsen sehr, sehr viele private Betreiber von Kabelnetzen gibt. Insgesamt haben wir in Sachsen 1.450 private Kabelnetze, die ca. zwei Mio. Haushalte versorgen, wesentlich mehr als die Global- oder großen Player in Sachsen. Und die Anschlüsse privater Betreiber werden natürlich nicht erfasst. Die haben aber eine sehr gut ausgebaute Kabel-TV-Netzstruktur. Und dort wurde nun untersucht, inwieweit da schnelles Internet aufgesetzt werden kann, ohne große Mehrkosten zu verursachen, damit dieses Versorgungsdefizit ausgeglichen wird!

Das Ergebnis überzeugte. Wir konnten nachweisen, dass - wenn wir das Kabelnetz analysieren und individuell umbauen, also man vorher mehr Arbeit in die Konzeption reinsteckt – die Kabelnetze nutzbar sind. Das Netz in Geyer ist dann das Pilotkabelnetz geworden, das wir für ungefähr 200 DM pro Haushalt umgebaut haben. Primacom, einer der großen Anbieter in Leipzig, hat in Leipzig sehr viele alte Kabel rausgerissen, hat neu gebaut und hat dort meines Wissens nach ca. durchschnittlich 1.100 DM pro Anschluss investiert. Das heißt, wir haben es geschafft, für ca. 25 % dieser Kosten einer Neuerrichtung den Leuten ein schnelles Internet mit allem Drum und Dran zu bringen. Das spiegelt sich natürlich auch im Preis wider. Die KM3 Teledienst GmbH - eine Auflage des Projektes war, eine Betreibergesellschaft zu gründen - hat jetzt schon das vierte Kabelnetz umgebaut. Die Nutzer zahlen dort um die fünf Euro Grundgebühr und einen volumenorientierten oder einen Flat-Tarif und haben bis zu zwei Mbit/s zu Hause anliegen. Ich denke, das ist genügend Bandbreite für breitbandige Anwendungen.

Damit sind wir beim nächsten Problem. Wo sind denn die breitbandigen Anwendungen? Wir haben versucht, im Laufe der Umsetzung des Projektes *virtuelle Kommune* mit den Großen in Deutschland zu reden. Wir haben mit Bertelsmann gesprochen, die dort sehr viel vor hatten mit interaktivem Fernsehen, um eben auch das interaktive Fernsehen massenmarktfähig zu machen. Wir haben dort diskutiert, das auch in kleinen Netzen einzuführen. Leider sind uns die Leute im Laufe der IT-Flaute alle weggebrochen. Was wir zurzeit anbieten können, ist einfach schnelles Internet. Die lokalen breitbandigen Angebote, die wir uns erhofft hatten, konnten wir nicht aufbauen. Von diesen breitbandigen Angeboten erhoffen wir uns aber wieder, dass die Nutzung des Internet wesentlich schneller steigt, denn das Internet muss ein Werkzeug sein. Das Hauptgeschäft im ländlichen Raum spielt sich im ländlichen Raum ab, das heißt, in der unmittelbaren Umgebung. Und das ist zurzeit wenig im Internet abgebildet.

Inzwischen kommen Anfragen aus den alten Bundesländern, weil dort meist nicht die Kommunikationsinfrastruktur wie in Sachsen vorhanden ist, also ISDN-

Möglichkeiten. In den Altbundesländern ist meist noch analoges Kupfer vorhanden. Wir haben natürlich in den neuen Bundesländern auch das Problem, was vorhin schon andiskutiert wurde. Es werden zum Teil in Ortsteilen wieder Kupferkabel verlegt, weil kurz nach der Wende Glasfaserkabel verlegt wurden, Gewerbevereine dort aber auf die Barrikaden gehen und sagen, wir brauchen ein schnelles Internet. Und dann wird erneut Straßenbau gemacht, um das Kupferkabel, und damit DSL, dorthin zu bringen.

Ich will sagen, das Internet kommt schon, aber es sind immer die Inhalte wichtig.

Chancen für den ländlichen Raum: Weil wir uns sowieso schon auf dem Weg in die Informations- und Wissensgesellschaft befinden, die Globalisierung auch Chancen für die lokalen Räume eröffnet, Menschen den Großstädten entfliehen und auf dem Lande arbeiten und wohnen wollen, wenn ihnen dieselbe Infrastruktur geboten wird. Die ländlichen Räume können konkurrenzfähig werden, wenn dieser Standortnachteil wegfällt. Wir haben gute Ergebnisse erreicht bei der Zuführung von Energie. Sie werden fragen, was soll der Punkt hier? Das Erzgebirge ist das Weihnachtsland. Dort wird sehr viel Licht gemacht. Aber es gab dort wirklich Orte, die mit 190 Volt an der Steckdose gearbeitet haben. Das ist für Computer nicht gerade zuträglich. Auch diese Strukturen sind also geschaffen worden.

Die Struktur für Kommunikation ist im Aufbau. Dort bieten uns die 1.400 Kabelnetze in Sachsen gute Chancen. Wir müssen es nur in Gang kriegen. Und damit haben wir wieder das Problem der Kapitalschwäche in Sachsen. Die Struktur für den Transport ist im Aufbau. Es gibt in Sachsen das Leitwort, dass man *in 30 Minuten von jedem Punkt aus in Sachsen auf einer Autobahn sein soll*. Das wird mehr und mehr umgesetzt. Ich selbst schaffe es jetzt schon in 38 Minuten. Uns fehlt noch ein Zubringer.

Die Technologie ist natürlich auch auf dem Lande vorhanden. Wir haben immer gesagt, der Chip rechnet auf dem Lande genauso schnell wie in der Stadt. Und

ich denke für die Zukunft, dass die Produktion von Informationsgütern, die Herstellung von Daten – ob das Fernsehen, ob das Video ist, ob das einfachere Datenbestände sind – ein gutes Anwendungsfeld für den ländlichen Raum sein können. Dort muss aber noch ein Großteil der Wertschöpfung auch herkommen, bevor wir das in den ländlichen Raum verlagern können. Und es kommen immer neue Kommunikationstechnologien, die die Inhalteproduktion auch anschieben – UMTS, MHP. Wir versuchen in unseren Netzen MHP-Plattformen einzuführen, weil die doch mehr Nutzen bieten. Ich brauche dafür keinen Computer. Ich könnte das mit einer Settop-Box machen über ein Fernsehgerät. Es ist leichter bedienbar. Aber auch da warten wir noch auf die Industrie, dass sie uns kostengünstige Settop-Boxen liefert.

Wir wissen aber auch, die Telematik ist kein Wundermittel und wir dürfen es nicht überbewerten. Wir müssen wissen, dass der Chip in der Stadt genauso schnell rechnet wie auf dem Land, dass Telematik nur Chancengleichheit in Bezug auf die Ausgangsposition herstellen kann. Auch das Management ist entscheidend. Und Synergien entstehen nur durch Vernetzung. Da ist es wichtig, dass Vernetzung im Denken entsteht, nicht nur in der Infrastruktur. Partner, die zusammenarbeiten, müssen sich gegenseitig abgrenzen und müssen ihre Synergien finden. Nur dann kann es auch gemeinsam vorwärts gehen. Telematik muss aber zunächst durch die breite Nutzung akzeptiert werden. Dazu brauchen wir die Allgegenwärtigkeit von nutzenbasierten Anwendungen. Und man ist dann stark, wenn man sich jederzeit – auch dezentral – organisieren kann. Soviel zur Kurzvorstellung von SaZ.

Prof. Dr. Jo Groebel, Europäisches Medieninstitut

Lieber Herr Bielagk, ich glaube, Sie haben uns sehr deutlich gemacht, was einerseits gemacht werden kann und wo andererseits die Herausforderungen sind.

Monika Griefahn, MdB

Herzlichen Dank für die Vorträge. Da ich die Landfrauen besonders gut kenne, finde ich besonders beeindruckend, was sie machen.

Um diejenigen, die bisher noch nicht vom Nutzen des Internet überzeugt sind, zu gewinnen, sind meines Erachtens zwei Fragen zu klären: Zum einen die der Einstiegstechnik, die eigentlich ja nicht nur die Landfrauen, sondern auch die Älteren bewegt, und zum anderen die Vereinfachung, die Anwendbarkeit, die Handlebarkeit der Instrumente. Der PC ist nun mal ein Männerspielzeug. Verspieltheit und Technikorientierung dominieren die Entwicklungen. Ist die Industrie bereit, einfache Einsteigermodelle anzubieten, und sind die Entwickler bereit, auch die Nutzungsbedürfnisse von Einsteigern bei der Gestaltung von Hard- und Software zu berücksichtigen? Das sind zentrale Fragen, ohne deren Klärung wir die zurzeit rund 45 Prozent Nonliner in der Bevölkerung kaum erreichen werden.

Eine weitere Frage geht an Herrn Bielagk. Sie erwähnten, dass jetzt wieder Kupfer verlegt wird. Ich habe gelernt, dass in der ganzen Frage der Konvergenz der Kommunikationstechniken die Glasfaser sich eigentlich als Fehlinvestition erwiesen hat und wir wieder Kupfer brauchen, damit genau diese Frage der Verbindung von Fernsehen und Kommunikationstechnologien machbar ist. Ist das Ihre Erfahrung auch oder sagen Sie, nein, das geht schon mit all' den Techniken, die irgendwo liegen? Oder müssen wir da wieder ein gigantisches Investitionsprogramm machen? Dankeschön.

Heike Troue, Deutscher Landfrauenverband

Vielen Dank, Frau Griefahn, dass Sie das Thema noch einmal angesprochen haben. Der Einsteiger-PC ist für uns ein ganz wichtiges Thema. Wir haben mittlerweile erfahren, dass in verschiedenen Projekten schon ein spezieller Senioren-PC entwickelt worden ist, der aber leider von vielen Seniorinnen oder älteren Frauen einfach nicht angenommen wird.

Wir haben uns als Deutscher LandFrauenverband sehr intensiv damit auseinander gesetzt, wie ein PC hard- und softwaremäßig ausgestattet sein muss. Bis jetzt haben wir festgestellt, dass ein wichtiges Problem die Software ist. Sie können bei Überprüfung der Hardware auf die ruckelfreie Grafikkarte und alle möglichen Spielereien verzichten. Aber ein wesentlicher Kostenfaktor

sind die Microsoft-Office-Produkte. Diese sind derzeit erforderlich, weil sämtliche Schulungen mit Excel, Word und Outlook angeboten werden.

Wir diskutieren im Moment, inwieweit wir als Verband eine Art Kaufberatung, bzw. Empfehlungen anbieten können. Es gibt durchaus PCs, die nicht 1.000 Euro kosten und den Ansprüchen für Anfänger genügen.

Prof. Dr. Jo Groebel, Europäisches Medieninstitut

Da Frau Troue mit Kolleginnen gekommen ist, würde ich denen gern auch die Möglichkeit bieten, vielleicht noch etwas zu ergänzen.

Cornelia Tiemann, Deutscher Landfrauenverband

Ich kann das eigentlich nur bestätigen. Es ist wirklich so, dass die LandFrauen gerne in die Kurse kommen. Wir schulen Word, Excel usw. Und es ist durchaus ein Problem, wenn diese Programme zuhause auf dem PC nicht installiert sind. Ein Einsteiger-PC wäre eine gute Möglichkeit, die Hemmschwelle zu überwinden.

Christa Frenzel, Niedersächsisches Ministerium für Soziales, Frauen, Familie und Gesundheit

Ich möchte Frau Griefahn ausdrücklich unterstützen. Ich denke, es ist eine ganze Menge in Gang gekommen. Ich möchte aber hier auch noch mal dafür plädieren, dass wir bei den IT-Projekten, die wir durchführen, auch qualifizierte Referentinnen und Referenten einsetzen, die neben der Technikkompetenz und dem richtigen Weg zum richtigen PC als zweiten Baustein auch Medienkompetenz vermitteln. Wir hatten ja vorhin das Thema der E-Mail-Flut, aber auch das Thema Gewalt im Internet. Das ist ein wichtiger Bereich, dem wir uns ganz intensiv widmen müssen.

Mike Bielagk, KabelJournal GmbH

Ich glaube in erster Linie nicht, dass es eine neue Investitionswelle geben wird, in deren Ergebnis neue Kabel verlegt werden. Ich sehe keinen, der das notwendige Geld in die Hand nimmt. Schätzungen gehen davon aus, dass für

einen verlegten Meter Kabel ungefähr 50 Euro ausgeben werden müssen. Und im ländlichen Raum bewegen wir uns im Kilometerbereich. Ich denke eher, dass es Lösungen durch Mischung der Technologien geben wird, also Wireless-LAN, Sky-DSL, DSL, Kabel-TV usw. Die Schnittstellen müssen nur noch entsprechend geschaffen werden.

Günter Meenken, Seniorennetzwerk, Landkreis Oldenburg.

Ich habe eine Frage an Herrn Bielagk zur Telematikanwendung. Da hätte ich gern gewusst, ob Sie darunter nur Heimarbeitsplätze verstehen oder haben Sie da neue Ideen oder Beispiele, die wir mit nach Hause nehmen können?

Mike Bielagk, KabelJournal GmbH

Ich könnte Ihnen erzählen, was wir als Firma im Bereich Telematik machen. Wir bauen zurzeit, dadurch, dass wir Lokalfernsehen machen und über den Landkreis verstreut sind, virtuelle Redaktionsbüros auf. Das heißt, wir suchen uns Leute, die mit einer Kamera umgehen können, die vielleicht auch einen Videoschnitt machen können und die uns dann Berichte per Internet zuspielen können. Denn auch wir als Medienunternehmen unterliegen dem Kostendruck. Und wir müssen uns einfach überlegen, ob wir ein Team von Redakteuren einhundert Kilometer hin und wieder zurückfahren lassen oder ob es nicht einfach kostengünstiger ist, jemanden vor Ort fit zu machen, der uns die Daten liefert, der aber auch so fit ist, dass er nicht nur uns zuarbeiten kann, sondern auch für andere Medien. Dort schauen wir über die Grenze hinweg und sagen, ein Redakteur wird sich nie allein von einem Medium ernähren können. Er muss seine Arbeit auch anderen anbieten können. Da sind wir auf dem Weg.

Dort gibt es jetzt noch eine Initiative, die sich Junges Erzgebirge nennt. Dort gehen wir an Schulen und haben sehr viel Resonanz gefunden. Wir haben wenig Resonanz bei der älteren Bevölkerung mit dieser Idee, muss ich sagen, aus denselben Gründen, die wir hier schon genannt haben. Aber jeder Jugendliche, der sieht, dass seine Arbeit irgendwo in einem Unternehmen verwertet werden kann, macht sofort mit. Dort gibt es gar keine Diskussion.

Wir müssen wirklich den Leuten mit Hilfe der Telematik sinnvolle Anwendungen geben, die Nutzen bringen und auch für den einzelnen Nutzer Mehrwert erzeugen. Ob das Bildung ist, das man besser mit dem Computer umgehen kann, oder ob sie wissen, wie eine Nachricht gemacht wird. Sie kriegen einen ganz neuen Bewusstseinsstand. Das ist z.B. eine Anwendung, die wir als Firma propagieren.

Eine zweite Geschichte ist, dass wir mit Hilfe mehrerer Kommunen zurzeit ein virtuelles Fundbüro aufbauen. Das Erzgebirge hat sehr viel Tourismus. Immer wieder kommen Anfragen von Touristen, die Sachen verloren haben. Die wissen zum Teil gar nicht, in welchen Kommunen. Also schließen wir diese Kommunen virtuell zusammen. Was müssen wir machen? Alle Leute in den Fundbüros müssen geschult werden. Die arbeiten in eine gemeinsame vernetzte Datenbank. Natürlich muss man das so machen, dass sich die Leute, die etwas verloren haben, die Gegenstände nicht erst einmal angucken können, bevor sie sie anfordern. Da gibt es einige Mechanismen zu beachten. Aber das sind zum Beispiel Anwendungen, die wir uns nicht ausgedacht haben. Wir machen regelmäßig Runden mit Bürgermeistern, mit Leuten, die einfach an der Telematik interessiert sind, und fragen, wo drückt euch der Schuh?

Ein weiteres Beispiel: Wir haben einen Veranstaltungskalender installiert, in Zusammenhang mit diesem Projekt Highspeed-Internet, weil dort ja auch Inhalte gefragt waren. Da wurde ein Veranstaltungskalender aufgebaut. Nach zwei, drei Wochen haben wir festgestellt, da werden gar keine Daten eingegeben. Der Bürgermeister hat dazu gesagt, die und die Frau ist verantwortlich für die Öffentlichkeitsarbeit, aber sie hat es nicht gemacht. Da sind wir direkt zu ihr hingegangen. Sie hat gesagt: Ich muss die Veranstaltungen ans Landratsamt melden, die wollen eine Exceltabelle. Ich muss es an unsere Anschlagstafel bringen, das muss ich in Word machen. Und bei euch muss ich es auch noch ins Internet eingeben.

Was haben wir gemacht? Wir haben gesagt: Gib es in Zukunft ins Internet ein. Wir erzeugen dir automatisch die Exceltabelle und schicken das gleich ans

Landratsamt. Und wir erzeugen dir auch eine PDF-Datei, die du ausdrucken kannst. Was ist passiert? Das Landratsamt hat erst mal die Exceltabelle bekommen, hat gefragt, *automatisch generiert, wie geht das?* Jetzt machen 20 Kommunen mit in dem System. Also, wir müssen Nutzen erzeugen. Das verstehen wir unter Telematik.

Dr. Hermann Rampacher, Dienstleistungsgesellschaft für Informatik mbH

Warum gibt es eigentlich nicht mehr Firmen so wie Sie, sozusagen auf dem flachen Land? Ich könnte mir vorstellen, in der ehemaligen DDR wäre das eigentlich ideal, statt dass man wie in Brandenburg Milliarden ausgibt für drei sinnlose Großprojekte. Wenn man solche Firmen wie Sie mehr fördern würde, wäre es gut. Jetzt könnten Sie kurz sagen, was für Probleme es gerade für Sie dort gibt.

Prof. Dr. Klaus Lenk, Universität Oldenburg

Vorleistungen vom Land, in dem Fall dem Freistaat Sachsen, wären wichtig. Herr Bielagk hat ja das Beispiel gebracht: *E-Government* ist eine schwierige Sache, das virtuelle Rathaus läuft nicht. Hätte der Freistaat Sachsen rechtzeitig das gemacht, was er inzwischen zumindest vorgibt zu tun, nämlich Land und Kommunen unter ein Dach zu bringen, dann wären wir wesentlich weiter. Wir hätten beispielsweise so etwas wie ein landesweites Informationssystem, von dem aus etwa zu Touristensystemen durchgestellt werden kann. Es fehlt sehr viel, und das macht die Arbeit der Innovateure schwierig. Ich sage das auch deswegen, weil wir immer den Eindruck hatten, man könnte im ländlichen Raum eine unglaubliche Menge von kleinen Innovationen anzetteln, wenn nur die Basis stimmt. Was ich mir – etwa vom Ministerium für den Ländlichen Raum – wünsche, ist, dass Infrastrukturen geschaffen werden, auf deren Basis dann solche Geschäfte blühen können.

Prof. Dr. Jo Groebel, Europäisches Medieninstitut

Ich wollte noch Herrn Cosse etwas fragen. Sie haben ja so ein bisschen den Überblick über Entrepreneurs und Leute, die vor allem auch AOL nutzen. Was

ist Ihr Kommentar zu dem, was wir gerade von Herrn Rampacher gehört haben?

Mike Cosse, AOL Deutschland

Prinzipiell adressieren wir den Privatnutzer, wobei sich das natürlich auch irgendwo deckt, weil derjenige, der einen ersten Schritt machen muss, der kann natürlich auch normal ins Internet gehen. Insgesamt muss ich sagen, entscheidend wird sein, wie wir die Infrastruktur in Deutschland auf mehrere Füße stellen können, so dass Alternativen da sind, auf die man sich stützen kann. Da haben wir gesehen, dass es im Moment relativ einseitig läuft. Dass diese erschwinglich sind, das betrifft auch die PCs. Ich nehme auch diese Anregung mit, das auch mal bei den Gesprächen, die wir mit PC-Herstellern führen, zu prüfen - inwieweit es möglich ist, inwieweit auch der Bedarf und die Chance der Vermarktung da ist, Rechner zu entwickeln, die möglichst einfach gestrickt sind. Ich sehe das im Grunde auch so, dass *größer, schneller, weiter* in den Prospekten der einschlägigen Märkte, in den Zeitungen, natürlich für die meisten am attraktivsten sind. Aber möglicherweise besteht auch durchaus ein Markt für andere Angebote.

Ein kurzes Beispiel, wie wir versuchen, die Dinge einfach zu machen. Wenn man einen Rechner kauft, sei es im Lebensmittelgeschäft oder auch in den Elektrofachmärkten, dann haben wir – nicht nur wir, sondern viele Internetprovider – die Zugangssoftware vorinstalliert, so dass man im Grunde genommen gar nicht mehr drum herum kann, sie zu nutzen oder nicht zu nutzen. Das ist für die einen Erleichterung, für die anderen eine Belästigung. Irgendwo in der Mitte liegt wahrscheinlich die Wahrheit. Es sind verschiedene Dinge im Fluss. In Amerika gibt es diesen reinen Internetrechner von Sun-Microsystems. Die haben das mal probiert. Das ist ein Rechner, den macht man an, geht ins Internet, nutzt den oder nutzt den nicht und geht wieder raus, ohne jeden Schnickschnack wie Word und sowieso. Es gibt tatsächlich Leute, die brauchen nur einen Rechner fürs Internet. Und am Ende des Tages sage ich Ihnen, dass viele von Ihnen heute in zwei Jahren mit dem Handy genau diese Fragen lösen werden. Und das ist eine sehr, sehr spannende Entwicklung.

Prof. Dr. Jo Groebel, Europäisches Medieninstitut

Herr Reiss, warum gibt es nicht mehr Bielagks?

Michael Reiss, Ministerium Ländlicher Raum Baden-Württemberg

Vielleicht ist es ein Problem alte / neue Bundesländer. Wir haben inzwischen in Baden-Württemberg die Verankerung in den Schulen so weit vorangetrieben, dass sich das Ganze so entsprechend wellenförmig ausbreitet. Unser Problem liegt eigentlich ein bisschen tiefer. Ich nenne das Stichwort KMU. Wir haben – in den alten Bundesländern zumindest, das gilt sicherlich für alle – mit viel Steuergeld neue Unternehmen, bestehende Unternehmen entsprechend gesichert, in den ländlichen Raum geholt und entsprechend mit Dorfentwicklungsmitteln, beispielsweise Industriegebäude etc. pp., Umnutzung von Schulräumen und alten Rathäusern, die im Zuge der Kommunalreform weggefallen sind, genutzt.

Wir müssen feststellen, dass dort zwar zunächst einmal das normale Telefonkabel da ist. Es ist kein Problem E-Mails zu verschicken und zu empfangen. Wenn aber z.B. ein kleines Unternehmen, das entsprechende Baupläne hat und die bundesweit verschicken will, muss es – auf gut Deutsch – fünf Stunden warten, bis das Zeug endlich dorthin kommt, wo es hingehört. Und derjenige, der es kriegen und entscheiden soll, ob derjenige mit der Ausschreibung zum Zug kommt, erklärt, der Zuschlag ist inzwischen schon erteilt. Wissen Sie, was so ein Unternehmen macht? Es wird über kurz oder lang die Tür zuschließen und dorthin gehen, wo sie die entsprechenden Geschwindigkeiten für den Datentransfer bekommen. Und das sind grundsätzlich zunächst einmal die Großstädte.

Was das für Folgen hat für die Infrastruktur im ländlichen Raum, auch für die Arbeitsplatzsituation: Sie wissen, die Leute ziehen dann den Arbeitsplätzen hinterher. Wir erleben das ja in den neuen Bundesländern. Das heißt für uns, wir müssen in einer vorausschauenden kommunalen und regionalen Politik dafür sorgen, dass wir hier die Voraussetzungen haben, dass die Arbeitsplätze bei uns im ländlichen Raum bleiben. Und wenn wir das nicht hinkriegen, dann

kriegen wir einen Domino-Effekt. Dann können wir mit so viel Volkscomputern, wie auch immer, die Leute anfüttern zum Thema Internetnutzung, das ist alles notwendig und richtig, ich will das nicht infrage stellen. Aber wenn die Leute halt wegziehen, dann haben wir ländliche Räume, die wir so zumindest nicht haben wollen. Wir möchten die Vielfalt gerne erhalten.

Deswegen, bin ich der Meinung, ist es notwendig in Zeiten begrenzter Kassen, und die haben wir heute, die Mittel dorthin zu konzentrieren, dass wir die Zukunftsfähigkeit erhalten können. Da nutzen uns keine Fundbüros, vernetzt wie auch immer, sondern es geht ganz knallhart darum, wo die Leute ihr Geld verdienen können für ihr tägliches Leben. Und dann kommen wir entsprechend weiter. Entschuldigung, wenn ich das so provokativ sagen muss.

Mike Bielagk, KabelJournal GmbH

Zwei Anmerkungen will ich machen. Einmal hat das Land Sachsen einiges für die Kommunen getan. Man muss sehen, die Kommunen haben einfach kein Geld. Da brauche ich nichts weiter auszuführen. Dort ist man irgendwo an einer Grenze angekommen, wo man sich den IT-Spezialisten nicht leisten kann. Und das geht alles sehr langsam voran.

Und warum gibt es nicht noch mehr solche Firmen wie uns? Wir sind natürlich innerhalb der Firma sehr breit aufgestellt. Wir haben auch viele Geschäfte, die saisonbedingt sind, z.B. Fernsehen. Fernsehen könnte ich im Sommer von der Umsatzsituation her zuschließen. Im Winter ist das was anderes. Wir haben uns deshalb frühzeitig umgeschaut, welche anderen Standbeine gibt es noch. Und dann sind wir auf IT gekommen.

Das wesentlichste Problem der Firmen in Sachsen ist momentan die Kapitalschwäche. Wir sind eine GmbH mit 25.000 Euro. Wir haben jetzt einen Kredit *erobert* bei einer Bank, der sechsten. Fünf haben gleich nein gesagt. Es hat ein halbes Jahr gedauert. Sie kommen dort ganz schwer voran. Und Infrastrukturinvestitionen sind Investitionen, die sich über mehrere Jahre hinziehen. Dort ist auch nicht sofort mit einer schwarzen Zahl nach drei, vier

Jahren zu rechnen. Das sind langfristige Investitionen. Es ist sehr schwer mit Banken, mit Kapitalgebern überhaupt ins Geschäft zu kommen. Die Refinanzierung im IT-Bereich wird sehr, sehr kritisch gesehen. Wir haben die Jahre 2000 bis 2002 gerade hinter uns. Aus unserer Sicht müssen wir jetzt warten, bis sich das beruhigt. Und wir müssen Lösungen finden, wo die Leute wirklich Geld verdienen können, und durch unsere Arbeit überzeugen. Eine andere Möglichkeit haben wir nicht. Das bedeutet aber auch, dass es langsam geht.

Dr. Wolf Siegert, IRIS Media

Ich will zunächst auf Herrn Groebels Frage antworten. Ich bin eine absolute Stadtpflanze. Und ich bin heute hergekommen, um etwas zu lernen. Und ich muss ein großes Kompliment machen, man kann wirklich sehr viel auf einer solchen Veranstaltung lernen. Das ist ganz toll.

Zweiter Punkt, was ich auch gelernt habe: Ich bin selbständig. Ich habe noch nie öffentliche Förderungen in Anspruch genommen. Und hier gibt es Beispiele, die zeigen, dass es an bestimmten Punkten wirklich notwendig ist, öffentliche Förderung bereitzustellen. Auch das ist ein wichtiger Lerneffekt, das formuliere ich mal so persönlich.

Noch zwei Anmerkungen: Das eine betrifft dieses unsagbare Wort, es ist heute noch einmal gesagt worden. Ich hoffe, ich höre es nie wieder: *Killer-Application*. Dazu will ich zwei Dinge sagen. Wir haben zwar alle gelernt, jetzt englisch zu reden. Aber wir haben vielleicht noch nicht verstanden, was Sie damit meinen. Mit einer *Killer-Application* erschlagen wir den Nutzer. Und wir haben hier viele Beispiele heute gehabt, wo nicht durch das Erschlagen von Beziehungen, sondern durch das Pflegen von Beziehungen auch neue Modelle entstanden sind. Und in diesem Sinne plädiere ich dafür, dieses Wort *Killer-Application* nie wieder zu verwenden.

Der zweite Punkt: Wenn Sie jetzt auf der CEBIT gewesen sind, ist es ein sehr interessantes Element, dass auch die Vertreter großer Industriekonsortien nicht

mehr dieses berühmte Wort nicht nur nicht in die Waagschale ihres *Business-case* werfen, sondern ganz deutlich behaupten, dass dieses Thema vorbei ist, sondern dass wir gerade durch die andere – jetzt kommt ein neues Stichwort – *Konvergenz, Nähe zur privaten Nutzung* und all diese Dinge sich überhaupt erst diese Mehrwertbildungseffekte einstellen, die wir hier heute Abend hier auch schon sehr schön vorgetragen bekommen haben.

Letzter Hinweis: Da Herr Branoner nun nicht persönlich hier ist, nur ein kleiner Tipp. Ich habe mal in einer Anzeige gesehen, dass man ja heute Microsoft Office kaufen kann als Schülerversion und dass diese Schülerversion für 139 Euro auch zur Verfügung steht für alle Mitglieder in der Familie. Von daher ist das ja vielleicht ein Angebot, über das man dann zwar das gesamte Problem nicht löst, aber vielleicht eine kleine Handhabung, wie man konkret mit diesem Problem umgeht. Vielen Dank.

Matthias Artzt, Wirtschaftsministerium Brandenburg

Ich habe eine Frage, aber zunächst eine Bemerkung. Ich bin auch sehr beeindruckt von dem, was Sie dargestellt haben, besonders was die Frauen im ländlichen Raum tun. Und dennoch ist mir eine Frage aufgestiegen:

Liegt es denn wirklich an den Frauen, dass sie so wenig im Internet sind, weil sie gehindert werden von den Männern oder von den Kindern oder von wem auch immer? Oder ist das Internet selber nicht attraktiv genug? Frauen sind ja sehr praktisch. Und sie wollen auch was machen damit. Und vielleicht ist das hier in Deutschland nicht sehr praktikabel.

Meine Frage: Warum sind in Skandinavien z.B. mehr Frauen als Männer im Internet? Haben Sie dafür eine Erklärung? Und ist meine Vermutung richtig, dass es nicht nur an den Frauen liegt, sondern vielleicht auch an den Angeboten im Internet?

Christa Frenzel, Niedersächsisches Ministerium für Soziales, Frauen, Familie und Gesundheit

Es ist beides richtig. Zum einen haben die Frauen eine Weile weniger Informationen, die sie interessieren, gefunden. Kein Wunder, denn das Internet haben männliche Militärstrategen erfunden. Später dominierten die Themen Auto und Sport. Aber die Öffnungszeiten des Kindergartens vor Ort finden Sie in den allerwenigsten Homepages der Kommunen, im Übrigen heute noch. Also, es liegt auch an den Inhalten. Und Frauen haben schlicht weniger Zeit. Das ist so. Sie sind in der familiären Hierarchie die Letzten die an den Computer dürfen – erst Kinder, dann Vater, dann Frauen. Wenn die Hausarbeit erledigt ist..

Internetnutzung im Berufsleben , das dürfen wir nicht unterschätzen, ist immer noch eine Hierarchiefrage. Und wir haben weniger Frauen in Führungspositionen. Ich denke, Skandinavien, Kanada und die USA sind einfach ein großes Stück weiter als wir. Von daher werden die Frauen auch in Deutschland aufholen. Dafür sorgen wir ja jetzt.

Heike Troue, Deutscher Landfrauenverband

Ich meine nicht, dass Männer und Kinder die Frauen vom Computer fern halten. Aber sie sind auch keine guten Vorbilder, um Anfängerinnen für die Neuen Medien zu begeistern.

Unser Weg ist ein anderer: Wir brauchen einfach zielgruppenspezifische Inhalte, um diese Zielgruppe für die Inhalte im Internet zu interessieren. Jede Zielgruppe hat ihre eigenen Inhalte, die den Zugang zum Internet attraktiv werden lassen. In der Entwicklung waren es zunächst die Informatiker, die viele zielgruppenspezifische Informationen aus dem Netz erhielten. Heute ist es für alle, die im Beruf aktiv sind, wichtig die Neuen Medien zu beherrschen. Damit wir weitere Gruppen, wie z. B. Frauen, Jugendliche und Senioren erreichen, die bisher noch nicht die Neuen Medien nutzen, ist es daher erforderlich, über attraktive Inhalte die bestehenden Barrieren zu überwinden. Dazu sind im ersten Schritt auch öffentliche Projektmittel erforderlich.

Prof. Dr. Jo Groebel, Europäisches Medieninstitut

Kurze Abschlussrunde: Was wäre Ihr Nummer-Eins-Wunsch in Bezug auf unser heutiges Thema, was am liebsten und am besten so schnell wie möglich realisiert werden sollte?

Zweitens spielen wir Pfadfinder. Jeder von Ihnen muss nämlich in der nächsten Woche eine spezielle zusätzliche gute Tat zu dem tun, zu unserem Bereich. Herr Bielagk, was ist Ihr Hauptwunsch und was ist Ihre gute Tat in der nächsten Woche, die Sie in diesem Themenzusammenhang zusätzlich zu dem, was Sie sowieso schon machen, bereit sind zu tun?

Mike Bielagk, KabelJournal GmbH

Ich wünsche mir einfach, dass das Bewusstsein, mit Informationen umgehen zu wollen und zu können, ein größeres Potential erreicht und dass Dienstleistungen auch entsprechend geachtet werden. Ich bin erstaunt über dieses *Dienstleistungen-Einzelhandel*, weil ich die Erfahrung gemacht habe, dass Dienstleistungen gar nicht so bewertet werden, als wenn ich einen Block Papier kaufe, weil da ist Hardware dahinter. Also, dass Dienstleistungen in unserer Dienstleistungsgesellschaft einfach mehr anerkannt werden und der Umgang mit Informationen bewusster wird, das sind meine Hauptwünsche.

Was möchte ich in der nächsten Woche Positives tun? Ich hoffe, dass das, was wir in der Familie schon längere Zeit begonnen haben, ich das endlich hinkriege, nämlich zu Hause ein privates Netzwerk aufzubauen, d.h., dass ich die Zeit finde, die Kabel zu legen, damit alle Kinder gleichberechtigt ins Internet gehen können und dass die dann ihren Hauptwunsch realisieren können: Die wollen nämlich für unseren Tierpark die Homepage gestalten. Und ich hoffe, dass ich sie da nächste Woche ein bisschen anschieben kann, dass das auch losgeht.

Christa Frenzel, Niedersächsisches Ministerium für Soziales, Frauen, Familie und Gesundheit

Mein Wunsch ist, dass es mehr *Public-Private-Partnership* gibt, wenn es um die

Internetnutzung geht. Ich denke, das ist im letzten Jahr weniger geworden. Ich vertrete die Bundesländer auch in der Initiative D21. Da könnten wir mal wieder ein bisschen mehr Power gebrauchen, um diejenigen, die noch nicht online sind, zu werben.

Und meine gute Tat? Ich werde das Konzept (W)Internetcafé dem Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit schicken zur Nacharbeit. Denn das ist ein Konzept, was sich ohne Probleme bundesweit ausdehnen lässt. Wir brauchen dafür nur ein bisschen Geld.

Michael Reiss, Ministerium Ländlicher Raum Baden-Württemberg

Meinen größten Wunsch werden Sie schon erahnen können. Ich möchte gern im ländlichen Raum dieselben technischen und geschwindigkeits- und kostenmäßigen Voraussetzungen des Zugangs zu den neuen Medien wie im Ballungsraum. Gute Tat wird sein, ich sage das ganz offen, ich werde nächste Woche erneut versuchen, ein Wirtschaftsunternehmen aus Baden-Württemberg, dessen Geschäftsführer groß angekündigt hat, er werde ein Internetdorf, ein Mediendorf auch mit den Segnungen des schnellen Anschlusses versehen, diese vor anderthalb Jahren öffentlich gegebene Zusage konkret einfordern und weiter bohren, indem ich Himmel und Hölle in Bewegung setze, dass der Druck so groß wird, dass er endlich seine Versprechen einlöst.

Heike Troue, Deutscher Landfrauenverband

Bei den Wünschen kann ich mich meinen Vorrednern nur anschließen. Ich glaube, es ist nicht nur so, dass im ländlichen Raum die Kosten nicht höher sein dürfen als in der Stadt und in Ballungsgebieten, sondern insgesamt müssen sie sinken, weil das eine der Hauptbarrieren ist, sei es die Minute, die ich bezahle, als auch den Einstiegs-PC.

Meine gute Tat - da würde ich ähnlich wie Frau Frenzel sagen, die LandFrauen werden sich weiterhin dafür engagieren, die Arbeit auch für die Unternehmen und die Arbeit für die Gesellschaft insgesamt zu machen, den ländlichen Raum

für die neuen Medien zu erschließen. Ich denke, wir sind uns alle darüber einig, wer in vier, fünf Jahren die neuen Medien nicht beherrscht, gehört zu den Analphabeten der Zukunft. So gesehen nehmen wir diesen Auftrag gerne an und werden ihn weiter bearbeiten.

Prof. Dr. Klaus Lenk, Universität Oldenburg

Mein wichtigster Wunsch ist eine neue, gute Logistik für die Nahversorgung auf dem Land – nicht nur an Dienstleistungen, gerade auch an Lebensmitteln. Hier ist technisch viel möglich. Ich bin auch gespannt, Herr Bielagk, was Sie sich ausgedacht haben. Die Verbindung von mobiler Versorgung mit dem Internet birgt ganz ungeahnte Chancen. Das hat auf die Lebensbedingungen einen viel größeren Einfluss als die Tatsache, dass nun ein paar Prozent mehr Leute im Internet sind oder nicht.

Was ich tun will, die gute Tat, Herr Groebel, da stellen Sie mich wirklich vor eine harte Frage. Ich glaube, wir haben mit vielen guten Intentionen, darum sind ja Wissenschaftler nie verlegen, alle möglichen Konzepte gepredigt, seit inzwischen gut 20 Jahren. Wir haben Bürgerinformationssysteme, wie sie heute bei *Help* in Österreich realisiert werden, vor 15 Jahren empfohlen. Das hat alles nicht viel genützt. Und deswegen kann ich nur eine sozusagen megagute Tat vollbringen, nämlich dabei mitzuhelfen, dass Innovateure in diesem Land ein besseres Klima vorfinden, als es bislang der Fall ist. Ich sage das ganz bewusst. Ich glaube nicht, dass Deutschland wirklich – bei allen Lippenbekenntnissen zur Innovation – sehr viel dafür tut. Allzu Vieles ist festgefahren. Die kleinen und mittleren Innovateure werden bei uns abgestraft, und zwar in einer Art, die einem die Lust vergehen lässt, weiter mitzumachen.

Mike Cosse, AOL Deutschland

Es wird Sie nicht wundern, dass ich mir wünsche, dass wir mehr Wettbewerb bekommen beim Internet, bei DSL, dass wir mehr DSL haben, dass wir billigeres DSL haben. Das sind meine Wünsche. Dazu habe ich im Grunde zwei gute Taten. Die erste gute Tat ist: Ich werde weiterhin meinen Job machen und versuchen die Politiker davon zu überzeugen. Und das zweite ist: Wir stellen in

diesen Tagen alle Rechner und Laptops in unserem Hause um. Und ich habe schon intern angekündigt, dass wir jetzt auch prüfen müssen, in welchem ländlichen Bereich, in welchen Bundesländern, wahrscheinlich eher in den neuen Bundesländern, wir diese Altgeräte dann sinnvoll unterbringen können.

Prof. Jo Groebel, Europäisches Medieninstitut

Selbst ich bin zu kleinen guten Taten fähig. Ich werde, da das angesprochen wurde, dass es u.a. in Europa ein Gefälle gibt, was z.B. die Nutzung des Internet durch Frauen betrifft, um so begeisterter von den Projekten berichten im Ausland in den nächsten Tagen und Wochen, wo ich wieder in mehreren anderen Ländern bin, die heute vorgestellt wurden, und sagen: Es ist nicht nur die Quantität, es ist auch die Qualität, die zählt. Ich weiß nicht, ob das eine gute Tat ist. Geben Sie mir keinen Applaus. Ich sage stattdessen: Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit, für all Ihre Beiträge.