

Begegnung auf Augenhöhe

von J. A. Linxweiler

Durch ihre Nähe zum Bürger sind Kommunen der Motor der digitalen Verwaltung, haben aber gegenüber Bund und Ländern nicht die gebotene Stimmkraft. Eine Agentur Digitales Deutschland könnte das ändern.

Mit der Digitalen Agenda verfolgt die Bundesregierung hehre Ziele: Der digitale Wandel wird als zentrale Gestaltungsaufgabe betrachtet, die alle Lebens- und Wirkungsbereiche der Gesellschaft verpflichtet. Innerhalb des vorgegebenen Vier-Jahres-Zeitraums gibt sie eine Richtung zur Zielverwirklichung vor. Genau genommen handelt es sich bei der Digitalen Agenda um ein politisches Statement mit weich formulierten Zielen. Dadurch ist sie zwar ein erster Schritt in die richtige Richtung. Nun aber sollte sich, ganz im Sinne eines professionellen Programm- und Projekt-Managements, der nächste, eher programmatische Schritt anschließen.

Der IT-Planungsrat arbeitet kontinuierlich daran, dass Aspekte der Digitalen Agenda voranschreiten. Gegründet wurde das Gremium im Jahr 2010 im Zuge der Aufnahme des Artikels 91c in das Grundgesetz und der Ratifizierung des IT-Staatsvertrags zwischen Bund und Ländern. Die übergreifende Ausgestaltung des IT-Planungsrats belegt einen innovativen Grad der bewussten Verflechtung der Politik-ebenen. In diesem Zusammenhang wird oft darauf abgestellt, dass Kommunen das schwächste Glied in der Kette seien. Eine solche

Charakterisierung zeugt von einer Drei-Ebenen-Struktur: Bund-Land-Kommunen. Tatsächlich handelt es sich jedoch um eine politorganisierte Zwei-Ebenen-Struktur in der deutschen Verwaltung, die lediglich in Bund und Länder (einschließlich der Kommunen) unterteilt. Das entspricht auch der Realität des IT-Planungsrats: Schon materiell-rechtlich sind die Kommunen dort durch die Länder repräsentiert. Indem die Länder den Kommunen eine Stimme geben, wird der IT-Planungsrat seiner die Ebenen durchbrechenden Aufgabe gerecht. Über die kommunalen Spitzenverbände als Beratungsorgan werden die Kommunen zwar eingebunden, für eine weitläufigere Einbindung fehlt es jedoch an der entsprechenden Legitimation.

Kommunen haben eine entscheidende Rolle bei der Entwicklung von E-Government-Lösungen. Sie sind vielfach der direkte Ansprechpartner des Bürgers und damit auch erster Ansprechpartner im Lösungsweg. Eine technologisch zeitgemäße und bürgernahe Verwaltung lässt sich also nur über die Trägerschaft in den Kommunen gewinnbringend ausgestalten. Den besten Input können dafür die Kommunen selbst geben – sie sitzen gleichsam an der Quelle.

Als Motor der digitalen Verwaltung verdienen die Kommunen mehr Gewicht. Um sie noch ziel-führender einzubinden, käme eine Agentur Digitales Deutschland ins Spiel. Sie würde sich von einem Ministerium oder von üblichen nachgeordneten Behörden grundsätzlich unterscheiden. Für Ministerien ist eine Aufgabenvielfalt charakteristisch, die letztlich zu Zielkonflikten führen muss. Ministerien werden deshalb oft eher generalistisch-strategisch geführt. Demgegenüber würde eine Agentur Digitales Deutschland nur eine Aufgabe fokussieren: die zentrale Steuerung von Transformationsprogrammen – wie das E-Government. Folgerichtig wird in ihrem Arbeitsumfeld die operative Expertise hervorgehoben. Die Abhängigkeit von Legislaturperioden weicht in solch einer Agentur dem fachlichen Fokus auf die Fortentwicklung der digitalen Verwaltung. Eine Agentur hat also einen Performance- und Evolutionsvorsprung gegenüber anderen Modellen. Die Idee der Agentur Digitales Deutschland sieht in ihrer organisatorischen Ausgestaltung ein Bund-Länder-Organ vor, das unter der Kontrolle des IT-Planungsrats steht. Das würde ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Kontrolle und strategischer Planung garantieren. Während die Agentur innerhalb

ihres Zuständigkeitsbereichs Verfügungsgewalt hinsichtlich Budgetverwendung, Personalauswahl und Programmsteuerung hat, garantiert ein Vertrag zwischen der Leitung der Agentur und den politischen Entscheidungsträgern des IT-Planungsrats die Steuerung durch Leistungs- und Zieldefinitionen. Die Frage nach der kommunalen Ausrichtung der Agentur lässt sich leicht beantworten. Zunächst einmal beruht die Agentur Digitales Deutschland auf einer inhaltlichen Zentralisierung. Im Agentur-Charakter ist aber bereits angelegt, dass sie organisatorisch dezentral ausgestaltet sein kann. Durch regionale Präsenz ist es ihr möglich, die Bedürfnisse der Kommunen direkt und vor Ort anzugehen.

Darüber hinaus wäre die Agentur Digitales Deutschland als Bundes-Länder-Organ mit definiertem Handlungsraum dazu berechtigt, die Zwei-Ebenen-Struktur zu verlassen, um die Kommunen unmittelbar in die Aufgabenverwirklichung einzubinden. Schließlich werden durch die organisatorische Ausgestaltung

der Agentur und ihre Anbindung an den IT-Planungsrat sowohl die Bundes- als auch die Landesebene (einschließlich der Kommunen) in dieser Institution vereint. Durch die kommunale Verankerung lassen sich die zentralen Problemfelder der Digitalen Agenda – insbesondere die Bereiche der digitalen Verwaltung – unmittelbar angehen. Die Agentur Digitales Deutschland würde in der länderspezifischen Konzeptanpassung auf die Kommunen einwirken, während diese weiterhin auf Selbstverwaltungsebene eine freiwillige Teilnahmeverpflichtung eingehen würden. So finden Austausch und Begegnung auf Augenhöhe statt.

Durch Systematisierung und Konsolidierung würden im gesamten föderalen System umsetzungsfähige und praktikable Standards geschaffen, die sich insbesondere auf Standardisierung, Koordinations- und Qualitätssicherungsprozesse auswirken. Auch die Interoperabilität landesspezifischer Lösungen ließe sich so vorantreiben. Darüber hinaus lässt sich eine Agentur zur Steigerung der Wahrnehmung und

Legitimität nutzen. Die Agentur Digitales Deutschland könnte – mit einer zeitlich und operativ angemessenen Ausgestaltung – auch als vertrauensstiftende Maßnahme gegenüber dem Bürger eingesetzt werden.

Eine Agentur Digitales Deutschland hat das Potenzial, die Entwicklung des gesamten Themenbereichs adressatenorientiert voranzutreiben. Zentrales Mittel ist die unmittelbare Einbindung der Kommunen und die Nähe zu ihnen. Die Agentur gibt den Kommunen also das Stimmvolumen, das sachlich geboten und wünschenswert ist. Letztlich profitieren aber alle Ebenen des föderalen Systems von dieser inhaltlichen Konzentration. Der Legitimationsgewinn, den eine Agentur Digitales Deutschland mit sich bringt, sorgt dafür, dass am Ende tatsächlich auf allen Ebenen mit einer Stimme gesprochen werden kann.

Jan Alexander Linxweiler ist Spezialist für die Schwerpunkte IT-Security und IT-Safety bei der Management- und Technologie-Beratung Cassini Consulting.

Anzeige



Wir bringen Menschen zusammen

- Sitzungsdienst
- Beschlusskontrolle
- Antragsverwaltung
- Sitzungsgeld
- Rats- und Bürgerinfosystem
- Tablet-App für digitale Gremienarbeit

Wenn es darum geht, Sitzungen, Meetings, Konferenzen oder sonstige Zusammenkünfte von Menschen zu planen und zu organisieren, haben wir die passende Lösung und das nötige Know-how.

Unser Sitzungsmanagement more!rubin unterstützt Sie sicher, bequem und zeitsparend - seit mehr als 20 Jahren!

more ! Software GmbH & Co. KG • info@more-rubin.de • www.more-rubin.de