MYK
Smarte Region

Warum der Mensch über den Erfolg des „Amt-O-Mat“ entscheidet

Eine multimethodische Studie zur Akzeptanz digitaler Selbstbedienungs- und Übergabestationen in Kommunen

Stand: November 2025

Univ.-Prof. Dr. Dr. Björn Niehaves
Prof. Dr. Hans Christian Klein

Inhalt

Management Summary 4

1 Neue Zugänge zur Verwaltung: flexibel, verfügbar und alltagstauglich 6

2 Wie stehen die Menschen grundsätzlich zu Self-Service Lösungen der Kommunen? 8

3 Methode 18

4 Was bewegt die Mitarbeitenden und was halten die BürgerInnen vor Ort davon? 20

4.1 Perspektive der Bürger*innen – zwischen Entlastung, Skepsis und Alltagsintegration 20

4.2 Perspektive der Verwaltungsmitarbeitenden – Schlüsselrolle mit Ambivalenz 22

5 Wie sieht die tatsächliche Nutzung im Pilotprojekt aus? 24

6 Entscheidend – Die Menschen machen den Unterschied! 28

7 Handlungsempfehlungen 30

8 Anhang 32

CVs 35

Impressum 35

Management Summary

Mit dem „Amt-O-Mat“ geht der Landkreis Mayen-Koblenz gemeinsam mit kreisangehörigen Kommunen einen mutigen Schritt in Richtung bürgernahe, flexible Verwaltungsmodernisierung.

Die vorliegende Studie begleitet die Einführung dieses Angebots seit 2023 wissenschaftlich. Sie untersucht, wie Bürger*innen und Verwaltungsmitarbeitende den „Amt-O-Mat“ erleben, welche Faktoren seine Nutzung fördern oder hemmen und was es braucht, damit solche Lösungen in der Fläche funktionieren. Grundlage ist ein Mixed-Methods-Ansatz aus quantitativer Befragung, qualitativen Interviews, Nutzungsauswertung und kontextbezogener Standortanalyse.

Der „Amt-O-Mat“ ist ein digitales Selbstbedienungs- und Übergabeterminal für kommunale Verwaltungsleistungen. Er ermöglicht Bürgerinnen und Bürgern, unabhängig von Öffnungszeiten oder Terminvereinbarungen, bestimmte Dienstleistungen selbstständig in Anspruch zu nehmen. Dazu zählen insbesondere die sichere Abholung von Ausweisdokumenten wie Personalausweisen oder Reisepässen oder die Beantragung oft nachgefragter Verwaltungsdienstleistungen.

Die Ergebnisse sind deutlich:

- Die grundsätzliche Offenheit ist hoch:
  64 % der Befragten möchten den „Amt-O-Mat“ nutzen.
- Trotz gleicher Technologie wird der „Amt-O-Mat“ an den verschiedenen Standorten sehr unterschiedlich genutzt.
  Der Mensch macht den Unterschied!
- Gerade zu Beginn ist entscheidend, dass die Mitarbeitenden im Bürgerbüro die ersten Empfehlungen geben. Sind sie die initialen Impulsgeber, sie bringen die Mehrwerte der Technologie gegenüber den Bürger*innen auf den Punkt und sie motivieren effektiv zur Nutzung!
- Wer den „Amt-O-Mat“ einmal genutzt hat, empfiehlt ihn, erstens, mit hoher Wahrscheinlichkeit weiter und nutzt ihn, zweitens, erneut selbst. Aus Nutzer*innen werden so Botschafter*innen. Sie motivieren andere und werden damit selbst zu Impulsgebenden.
- So setzt sich potenziell eine Aufwärtsspirale in Gang: Empfehlungen durch die Verwaltungsmitarbeitenden (v.a. in den Bürgerbüros) und klare Mehrwerte führen bei den Bürger*innen zum Wunsch, den „Amt-O-Mat“ erstmalig zu nutzen. Eine erfolgreiche Nutzung wiederum führt zu weiteren Empfehlungen der Nutzenden selbst gegenüber Dritten und erneuter eigenen Nutzung des „Amt-O-Mat“. Die Nutzungszahlen steigen weiter.
- Die Kommunikation (z.B. Bewerbung) von Self-Service- und Hand-Over-Technologien, wie dem „Amt-O-Mat“, sollte nicht nur die sachlichen Mehrwerte (z.B. hohe zeitliche Verfügbarkeit) ins Zentrum stellen, sondern auch die positiven Effekte personenbezogener Empfehlungen nutzen.
  Die kann über die Mitarbeitenden in den Bürgerbüros, die Förderung von Empfehlungsverhalten durch Nutzende oder über Personen-/Influencer-basiertes Marketing (z.B. einer lokal bekannten Persönlichkeit) erfolgen.

Hieraus leiten sich konkrete Handlungsschwerpunkte ab:

1. Die Mehrwerte des „Amt-O-Mat“ wie Zeitersparnis und flexible Nutzung müssen klar und verständlich kommuniziert werden.
2. Eine Empfehlungskultur durch Mitarbeitende und Bürger*innen sollte gezielt aufgebaut werden, denn persönliche Weiterempfehlungen durch Personen-/Influencer-basiertes Marketing steigern die Nutzung.
3. Mitarbeitende sollten informiert, geschult und befähigt werden, das Angebot aktiv zu unterstützen, u.a. durch Empfehlungen.
4. Erste Nutzungserlebnisse sind aktiv zu begleiten, um Unsicherheiten zu reduzieren und Vertrauen aufzubauen.
5. Die Sichtbarkeit vor Ort ist sicherzustellen, indem Standortwahl und Hinweise gut durchdacht werden.
6. Technik und Abläufe sind zuverlässig und integriert zu gestalten, damit ein reibungsloser und robuster Betrieb möglich ist.

Die Studie zeigt: Der Erfolg des „Amt-O-Mat“ hängt weniger von der Technik als von den Menschen ab. Mitarbeitende in den Bürgerbüros sind entscheidend, um die ersten Impulse zu geben und Bürger*innen zur Nutzung zu motivieren. Wer den „Amt-O-Mat“ einmal erprobt hat, empfiehlt ihn weiter und nutzt ihn erneut und so entsteht eine Aufwärtsspirale aus Empfehlungen, Vertrauen und wachsender Nutzung. Entscheidend ist daher eine Kommunikation, die über eine reine sachliche Empfehlung hinausgeht und Personen-/Influencer-basiertes Marketing nutzt.

1 Neue Zugänge zur Verwaltung: flexibel, verfügbar und alltagstauglich

Was wäre, wenn Verwaltungsangelegenheiten nicht mehr an Öffnungszeiten gebunden wären? Wenn man Personalausweise unabhängig vom Terminkalender abholen könnte, egal ob beim Einkauf, auf dem Heimweg oder sogar sonntags? Wenn der Gang zum Amt nicht länger mit Wartezeiten, Formularen und Frust verbunden wäre, sondern mit Selbstbestimmung, Zeitersparnis und digitalem Komfort?

Diese Idee ist keine Zukunftsvision, sie ist heute schon Realität. Zumindest dort, wo neue Wege mutig erprobt werden. Der „Amt-O-Mat“ bringt Verwaltungsleistungen dorthin, wo Menschen sind. Als digitales Selbstbedienungsterminal erlaubt er es Bürger*innen, bestimmte Leistungen eigenständig und flexibel zu erledigen und das ganze unabhängig von Schaltern, Schließzeiten und Personalengpässen.

Im Landkreis Mayen-Koblenz wird dieser neue Zugang zur Verwaltung im Rahmen eines Pilotprojekts in mehreren Verbandsgemeinden getestet. Als digitales Selbstbedienungsterminal ermöglicht der „Amt-O-Mat“ Bürger*innen, Verwaltungsleistungen unabhängig von Öffnungszeiten in Anspruch zu nehmen. So wird Verwaltung flexibler, näher an den Lebensrhythmen der Menschen und entlastet klassische Schalterzeiten.

Das Projekt „Amt-O-Mat“ ist Teil der kreisweiten Digitalisierungsinitiative Smarte Region MYK10, mit der innovative, bürgernahe Lösungen für die kommunale Daseinsvorsorge entwickelt und erprobt werden. Der Fokus liegt dabei auf der Verbindung analoger und digitaler Angebote, um den Zugang zur Verwaltung auch im ländlichen Raum neu zu gestalten. Die wissenschaftliche Begleitforschung dieses Projekts ist Gegenstand der vorliegenden Studie.

Doch wie kommt diese Innovation bei den Menschen an? Wird der „Amt-O-Mat“ als Entlastung oder als Hürde erlebt? Wird er genutzt, empfohlen, weitergedacht? Und was bedeutet seine Einführung für die Mitarbeitenden in den Rathäusern?

Genau diesen Fragen geht die Studie auf Basis eines Mixed-Methods-Designs, das qualitative Interviews, quantitative Befragungen, Dokumenten- und Sekundärdatenanalyse und kontextbezogene Ortsanalysen kombiniert nach. Sie nimmt dabei beide Seiten in den Blick: die Bürger*innen, die das neue Angebot nutzen (oder nicht nutzen), und die Verwaltungsmitarbeitenden, die es umsetzen, betreuen und kommunizieren.

Die Ergebnisse zeigen: Der „Amt-O-Mat“ kann weit mehr sein als eine technische Neuerung. Er hat das Potenzial, Verwaltungsleistungen sichtbarer, flexibler und bürgernäher zu gestalten. Entscheidend ist jedoch nicht allein die Technologie. Der Mensch macht den Unterschied. Es braucht engagierte Mitarbeitende, die den ersten Impuls setzen, Mehrwerte sichtbar machen und Empfehlungen aussprechen. So entsteht eine Aufwärtsspirale aus Nutzung und Weiterempfehlung.

Diese Studie versteht sich als Beitrag zu dieser Debatte mit einem klaren Ziel: **Verwaltungsmodernisierung vom Menschen aus zu denken.**

2 Wie stehen die Menschen grundsätzlich zu Self-Service Lösungen der Kommunen?

Wissenschaftlicher Hintergrund – Warum wir fragen, was wir fragen

Ob Bürger*innen ein digitales Angebot wie den „Amt-O-Mat“ nutzen, hängt nicht allein von seiner Verfügbarkeit ab, sondern vor allem davon, wie es wahrgenommen wird. Genau an diesem Punkt setzt unsere Forschung an. Wir stützen uns dabei auf bewährte Modelle der Technologieakzeptanzforschung, insbesondere das Technology Acceptance Model (TAM) sowie die erweiterte Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) nach Venkatesh et al. (2003).

Was beeinflusst die Bereitschaft zur Nutzung?

Im ersten Modell (Modell 1) betrachten wir die Nutzungsabsicht (Behavioural Intention) als zentrale abhängige Variable. Sie bildet den Ausgangspunkt der digitalen Transformation in der kommunalen Verwaltung. Gerade zu Beginn eines Projekts, in dem viele Bürger*innen den „Amt-O-Mat“ noch gar nicht aktiv nutzen konnten, ist diese Absicht ein besonders wertvoller Indikator. Auf Basis etablierter theoretischer Modelle wissen wir, dass die erklärte Nutzungsabsicht eine sehr gute Prognosekraft dafür besitzt, ob eine Technologie später tatsächlich verwendet wird. Deshalb ist sie auch der Fokus unserer ersten Analyse.

In unserer Studie haben wir neben den abhängigen und weiteren zentralen Variablen der Technologieakzeptanzforschung eine Vielzahl zusätzlicher theoretischer Konstrukte berücksichtigt. Um diese besser einzuordnen, lassen sich die untersuchten Einflussfaktoren in vier Kategorien unterteilen: Akzeptanzfaktoren, Vertrauen, Wissen und Erfahrungen sowie demografische Merkmale, die wir im Folgenden näher beschreiben.

Akzeptanzfaktoren:

Zu den Kernvariablen der UTAUT zählen der erwartete Nutzen (Performance Expectancy), also der wahrgenommene Nutzen der Technologie im Alltag, die erwartete Einfachheit der Bedienung (Effort Expectancy), also die subjektive Einschätzung der Bedienbarkeit, die soziale Einflussnahme (Social Influence) durch das direkte Umfeld.

Vertrauen:

Weiter wurden Konstrukte berücksichtigt, die das Vertrauen in Technologien sowie institutionelle Rahmenbedingungen erfassen. Dazu zählt die allgemeine technologische Vertrauensbereitschaft (Disposition to Trust), die beschreibt, ob Personen neuen Technologien grundsätzlich mit Vertrauen begegnen. Das rational begründete Vertrauen (Calculative-based Beliefs) bildet ab, ob Befragte davon ausgehen, dass ein Anbieter keinen Vorteil davon hätte, ein fehlerhaftes System zu betreiben oder Daten missbräuchlich zu nutzen.

Darüber hinaus wurde das institutionelle Vertrauen in zwei Dimensionen differenziert: Das Vetrauen in die Institution (Institution-based Structural Assurances) erfasst, ob sich Personen durch rechtliche Rahmenbedingungen, Anbieterreputation oder mediale Berichterstattung ausreichend geschützt fühlen. Das Vertrauen in die Prozesse der Verwaltung (Institution-based Situational Normality) beschreibt, ob die Nutzung des „Amt-O-Mats“ als vertraut und vergleichbar mit anderen etablierten Verwaltungsabläufen wahrgenommen wird.

Wissen und Erfahrungen:

Ein zentrales Element für die Nutzung digitaler Technologien ist das subjektive Verständnis ihrer Funktionsweise. Dieses wurde über das Konstrukt technologiebezogenes Verständnis also das „Wissen über das Terminal“ (Knowledge-based Familiarity) erhoben. Es beschreibt, ob die Befragten nachvollziehen können, wie der „Amt-O-Mat“ funktioniert, wie er Daten verarbeitet und ob die Funktionsweise als erwartbar und zuverlässig eingeschätzt wird.

Ergänzend wurde der bisherige Digitalisierungshintergrund der Befragten durch den sogenannten Mitnahmeeffekt erfasst. Dieser zeigt auf, ob vorrangig digitale oder analoge Verwaltungsdienstleistungen genutzt wurden. Auch die subjektive Wahrnehmung der Erscheinung und Qualität des Terminals wurde berücksichtigt. Über das Konstrukt äußere Wirkung also „Aussehen und Design“ (Tangibles) wurde gemessen, ob der „Amt-O-Mat“ als modern, gepflegt und ansprechend wahrgenommen wird.

Demografische Merkmale:

Schließlich wurden auch demografische Faktoren wie Alter, Geschlecht, Einkommen und Bildungsstand in die Analyse einbezogen. Ziel war es, mögliche Unterschiede in der Nutzung und Bewertung des Angebots zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen sichtbar zu machen.

Unsere Modelle prüfen somit nicht nur klassische Akzeptanzfaktoren, sondern beziehen auch Aspekte von Vertrauen, Verständnis, Nutzungserfahrungen sowie grundlegende Kontextfaktoren mit ein. Interessanterweise zeigt die Analyse, dass viele dieser theoretisch relevanten Konstrukte in der Praxis keine signifikanten oder nur geringe Effekte auf die Nutzung oder Empfehlung des „Amt-O-Mats“ haben.

Was beeinflusst die Bereitschaft zur Nutzung?

Die Ergebnisse zeigen ein eindeutiges Bild:
Zwei Faktoren stechen in ihrer Bedeutung besonders hervor.

Erstens ist der **erwartete Nutzen** (Performance Expectancy) entscheidend. Personen, die davon ausgehen, dass der „Amt-O-Mat“ ihre Verwaltungsangelegenheiten schneller, einfacher oder flexibler macht, sind deutlich eher bereit, ihn zu nutzen. Die Aussicht, Zeit zu sparen und unabhängig von Öffnungszeiten zu agieren, wird insbesondere von Menschen mit engen Zeitbudgets, etwa Berufstätigen, Eltern oder Pendelnden, geschätzt. Wird der „Amt-O-Mat“ als funktional, zuverlässig und praktisch erlebt, steigt die Bereitschaft zur Nutzung erheblich.

Zweitens spielt die soziale Einflussnahme (Social Influence) eine wesentliche Rolle. Menschen lassen sich in ihren Entscheidungen oft von ihrem sozialen Umfeld leiten. Wenn andere die Technologie positiv bewerten, steigt die eigene Offenheit. Besonders wirksam sind hier zwei Gruppen: Personen im persönlichen Umfeld, die bereits Erfahrungen mit dem „Amt-O-Mat“ gesammelt haben, und Mitarbeitende in der Verwaltung, die das Angebot empfehlen oder aktiv darüber informieren. Diese beiden Quellen wirken auf unterschiedliche Weise, führen aber gemeinsam zu einer Stärkung der Nutzungsbereitschaft.

Bemerkenswert ist, dass alle weiteren getesteten Einflussfaktoren in diesem Modell keine statistisch signifikanten Effekte zeigen. Weder das Alter noch das Geschlecht oder der Bildungsstand machen einen Unterschied. Auch die bisherigen Erfahrungen mit digitalen Verwaltungsangeboten, das Wissen über den „Amt-O-Mat“ oder mögliche technische Bedenken spielen keine Rolle. Selbst die erwartete Einfachheit der Bedienung beeinflusst die Absicht zur Nutzung nicht messbar. Es scheint also nicht relevant zu sein, ob Menschen

Akzeptanz

Akzeptanz

schon besonders digitalaffin sind oder ob sie dem System bereits vertrauen. Vielmehr entscheidet allein die Einschätzung des konkreten Mehrwerts und die soziale Unterstützung über die Akzeptanz.

Diese Ergebnisse sind sowohl überraschend als auch aufschlussreich. Sie zeigen, dass technologische Offenheit keine Frage der demografischen Zugehörigkeit oder der digitalen Vorerfahrung ist. Menschen jeden Alters, jeder Einkommensgruppe und jedes Bildungsniveaus sind gleichermaßen offen für neue Angebote. Vorausgesetzt, diese bieten erkennbare Mehrwerte und werden aktiv empfohlen

Für die Praxis lassen sich daraus zwei zentrale Konsequenzen ableiten. Erstens müssen digitale Lösungen wie der „Amt-O-Mat“ einen echten Mehrwert bieten. Zweitens braucht es Personen, die diesen Mehrwert vermitteln. Gerade zu Beginn ist entscheidend, dass die Mitarbeitenden im Bürgerbüro die ersten Empfehlungen geben. Sind sie die initialen Impulsgeber, sie bringen die Mehrwerte der Technologie gegenüber den Bürger*innen auf den Punkt und sie motivieren effektiv zur Nutzung!

Was beeinflusst die Bereitschaft zur Empfehlung?

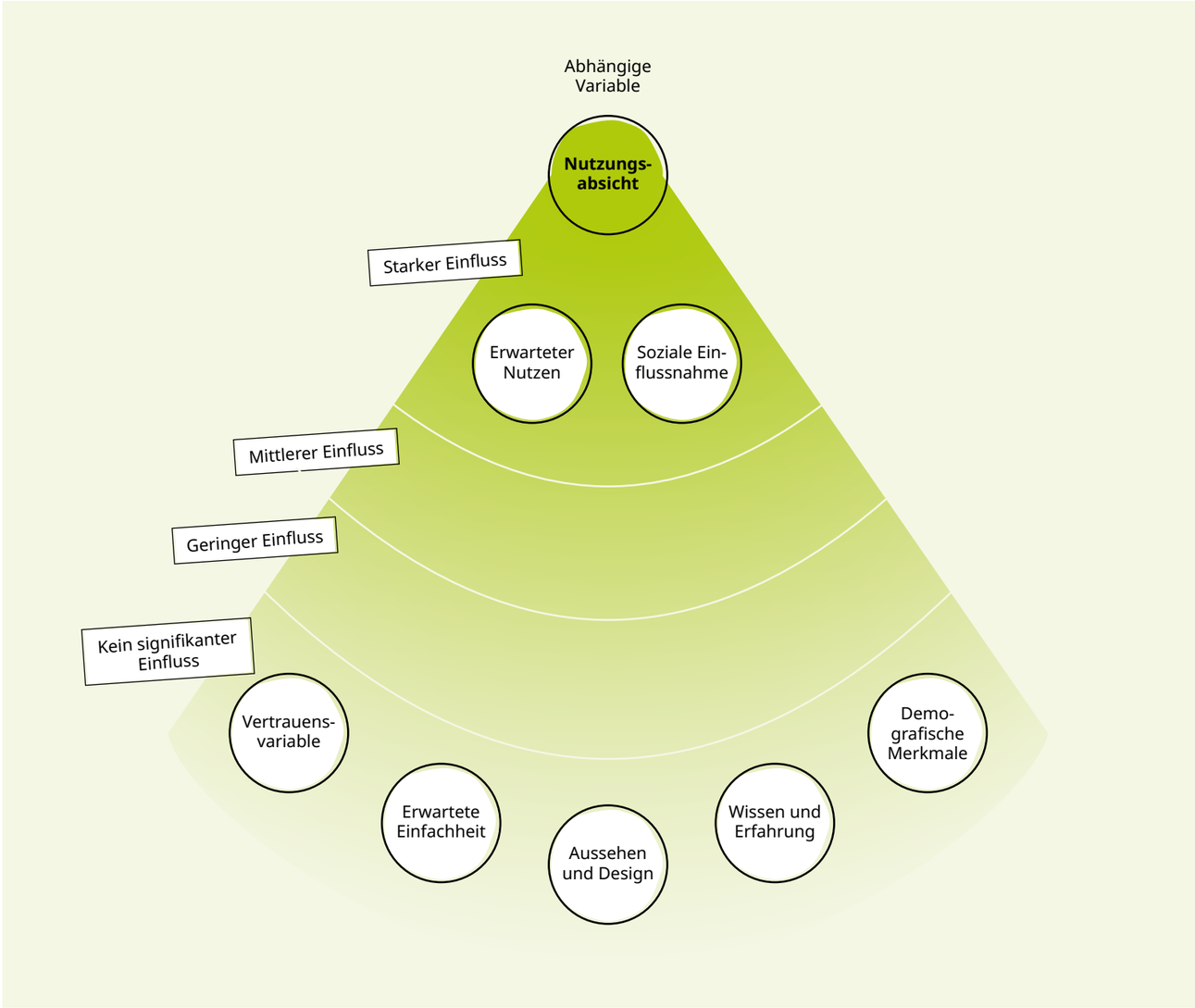


Abb. Modell 1 – Ergebnisse SmartPLS Berechnung des Strukturgleichungsmodells; starker Einfluss $p < 0.01$, mittlerer Einfluss $p < 0.05$, geringer Einfluss $p < 0.1$, kein Einfluss $p > 0.1$ (Pfadkoeffizienten und p-Werte s. Anhang)

In einem zweiten Modell (Modell 2) untersuchen wir die Empfehlungsabsicht (Recommendation Intention), also die Frage, ob Bürger*innen den „Amt-O-Mat“ anderen Personen empfehlen würden. Um diese Frage zu beantworten, nutzen wir die gleichen Variablen unsers ersten Modells und untersuchen diese gemeinsam mit der Variablen Nutzungsabsicht in Bezug auf die abhängige Variable Empfehlungsverhalten. Dieser Aspekt ist besonders relevant, weil sich neue digitale Angebote häufig über persönliche Erfahrungen und Empfehlungen verbreiten. Dabei zeigt sich ein klarer Zusammenhang: Die wichtigste Voraussetzung für eine Empfehlung ist die tatsächliche Nutzung des Terminals.

Kurz gesagt: Wer den „Amt-O-Mat“ bereits genutzt hat, ist deutlich eher bereit, ihn weiterzuempfehlen. Die praktische Erfahrung mit dem System wirkt vertrauensbildend und stärkt die Überzeugung, dass das Angebot auch für andere Menschen nützlich sein kann. In der Folge steigt die Empfehlungsbereitschaft erheblich.

Im Gegensatz zur Nutzungsabsicht spielen in diesem Modell theoretische Einstellungen, Vertrauensfragen oder wahrgenommene Servicequalität kaum eine Rolle. Auch demografische Merkmale wie Alter oder Bildungsstand zeigen keinen Einfluss. Entscheidend ist, ob jemand den „Amt-O-Mat“ tatsächlich ausprobiert hat. Die Nutzung selbst wird somit zur Ausgangsbasis für weitere Empfehlungen.

Diese Erkenntnis unterstreicht, wie wichtig die erste Nutzungserfahrung für die Verbreitung digitaler Verwaltungsangebote ist. Wer positive Erfahrungen macht, wird zum Multiplikator. Ganz unabhängig davon, ob er oder sie zuvor technikaffin war oder nicht. Wer den „Amt-O-Mat“ einmal genutzt hat, empfiehlt ihn, erstens, mit hoher Wahrscheinlichkeit weiter und nutzt ihn, zweitens, erneut selbst. Aus Nutzerinnen und Nutzern werden so Botschafterinnen und Botschafter. Sie motivieren andere und werden damit selbst zu Impulsgebern.

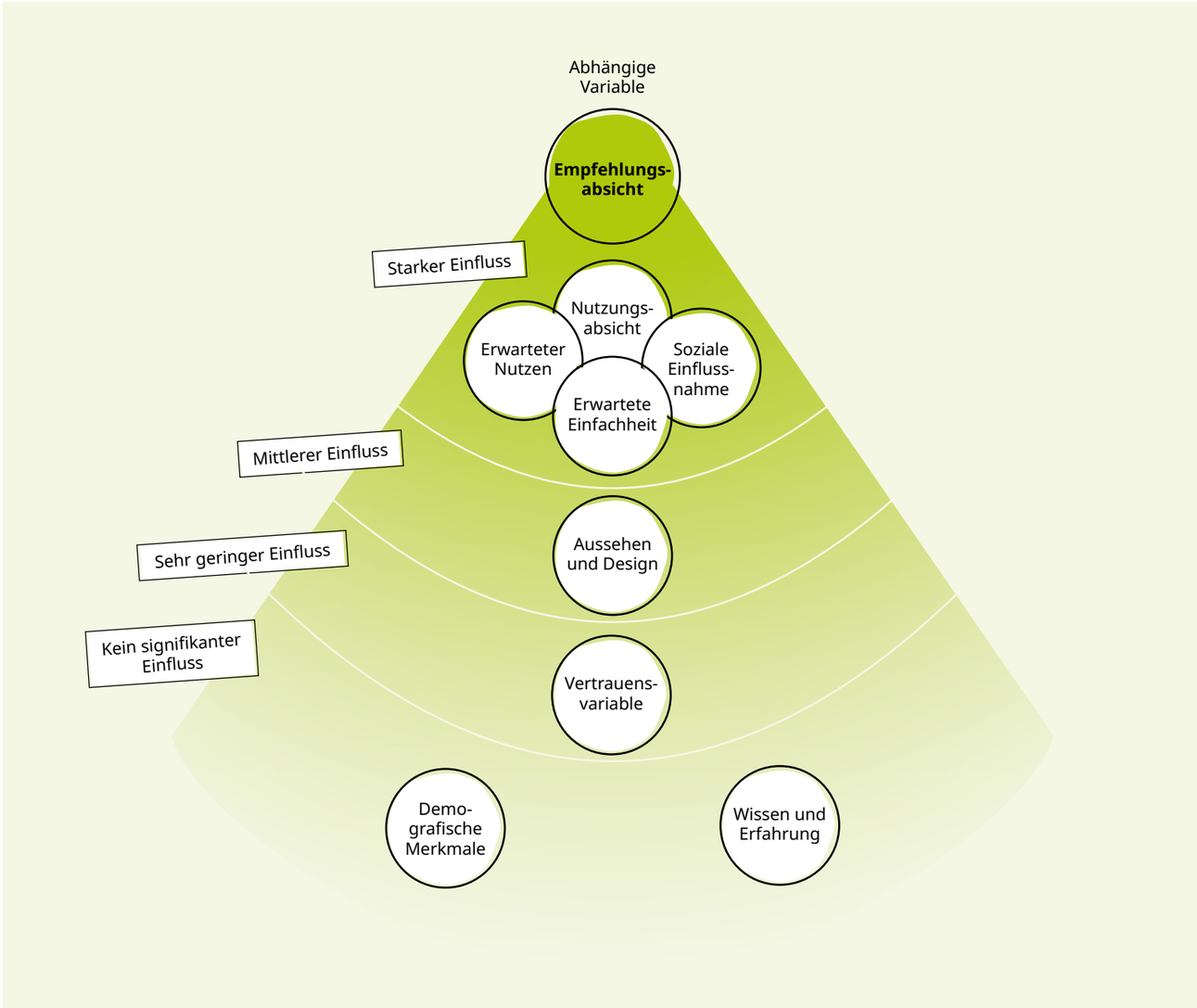


Abb. Modell 2 – Ergebnisse SmartPLS Berechnung des Strukturgleichungsmodells; starker Einfluss $p < 0.01$, mittlerer Einfluss $p < 0.05$, geringer Einfluss $p < 0.1$, kein Einfluss $p > 0.1$ (Pfadkoeffizienten und p-Werte s. Anhang)

Wenn aus Nutzung Empfehlung wird – eine Aufwärtsspirale

Die Ergebnisse der beiden Modelle lassen sich gemeinsam betrachten und eröffnen dabei eine nachvollziehbare Dynamik: Wer den „Amt-O-Mat“ nutzt, empfiehlt ihn eher weiter. Und wer ihn weiterempfiehlt, sorgt dafür, dass andere ihn erstmals ausprobieren. So entsteht ein positiver Kreislauf, in dem jede Nutzung neue Empfehlungen hervorbringen kann und jede Empfehlung potenziell zu einer weiteren Nutzung führt.

Gerade zu Beginn ist dieser Kreislauf jedoch noch nicht in Gang gesetzt. In dieser frühen Phase des Projekts fehlt es an persönlichen Erfahrungswerten in der Bevölkerung. Das bedeutet, dass die erste Nutzung meist nicht durch Empfehlungen aus dem Umfeld ausgelöst wird, sondern durch Hinweise von außen. An diesem Punkt kommt den Mitarbeitenden in den Bürgerbüros eine besonders wichtige Rolle zu. Sie sind in der Lage, Bürger*innen gezielt auf den „Amt-O-Mat“ aufmerksam zu machen, ihnen erste Fragen zu beantworten und so den entscheidenden Impuls für eine erste Nutzung zu geben.

Wenn diese ersten Nutzungen positiv erlebt werden, können die Nutzerinnen und Nutzer selbst beginnen, den „Amt-O-Mat“ weiterzuempfehlen. Mit jeder neuen Empfehlung steigt wiederum die Wahrscheinlichkeit, dass weitere Personen das Angebot ausprobieren. Je mehr Menschen den „Amt-O-Mat“ auf diese Weise kennenlernen, desto selbstverständlicher wird seine Nutzung im kommunalen Alltag.

Was bedeutet das für die Praxis?

Gerade zu Beginn ist entscheidend, dass die Mitarbeitenden im Bürgerbüro die ersten Empfehlungen geben. Sind sie die initialen Impulsgeber, sie bringen die Mehrwerte der Technologie gegenüber den Bürger*innen auf den Punkt und sie motivieren effektiv zur Nutzung!

Wer den „Amt-O-Mat“ einmal genutzt hat, empfiehlt ihn, erstens, mit hoher Wahrscheinlichkeit weiter und nutzt ihn, zweitens, erneut selbst. Aus Nutzerinnen und Nutzern werden so Botschafterinnen und Botschafter. Sie motivieren andere und werden damit selbst zu Impulsgebern.

So setzt sich potenziell eine Aufwärtsspirale in Gang:
Empfehlungen durch die Verwaltungsmitarbeitenden (v.a. in den Bürgerbüros) und klare Mehrwerte führen bei den Bürger*innen zum Wunsch, den „Amt-O-Mat“ erstmalig zu nutzen. Eine erfolgreiche Nutzung wiederum führt zu weiteren Empfehlungen der Nutzenden selbst gegenüber Dritten und erneuter eigenen Nutzung des „Amt-O-Mat“.
Die Nutzungszahlen steigen weiter.

3 Methode

Zur Untersuchung der Akzeptanz und Nutzung des „Amt-O-Mat“ wurde ein Mixed-Methods-Ansatz gewählt, der quantitative, qualitative sowie dokumenten- und kontextbasierte Datenquellen trianguliert. Ziel war es, ein konsistentes, theoriegeleitetes Gesamtbild zu entwickeln, das die Perspektiven verschiedener Akteursgruppen berücksichtigt.

Die quantitative Komponente der Studie mit einer Rückläuferzahl von 319 Teilnehmern bestand in der Durchführung einer standardisierten Online-Befragung, die über QR-Codes an den Terminals, Flyer sowie digitale Kanäle beworben wurde. Die theoretische Fundierung erfolgte unter anderem auf Basis des UTAUT-Modells (Venkatesh et al., 2003), ergänzt durch dienstleistungsorientierte Variablen wie „Tangibles“ nach Parasuraman et al. (1985). Erfasst wurden neben demografischen Merkmalen (Alter, Geschlecht, Bildungsstand) auch projektspezifische Konstrukte wie die visuelle Wirkung der Terminals. Als zentrale Zielgrößen wurden die Nutzungsabsicht (Behavioral Intention), Empfehlungsabsichten (Recommendation Intention) sowie die tatsächliche Nutzung gemessen.

Die qualitative Komponente basierte auf 118 leitfadengestützten Interviews mit Bürger*innen (sowohl Nutzer:innen als auch Nicht-Nutzer:innen) sowie Mitarbeitenden aus den beteiligten Verwaltungen. Die Auswertung erfolgte mittels deduktiv entwickelter Codebooks, welche eine systematische Analyse von Einstellungen, Barrieren, Empfehlungen und technischen Erfahrungswerten ermöglichten.

Die Dokumenten- und Sekundärdatenanalyse umfasste die Auswertung bestehender Projektunterlagen, Schulungsmaterialien sowie Standortdokumentationen. Zudem wurden anonymisierte Nutzungsdaten ausgewertet, um die tatsächliche Inanspruchnahme der Services zu beschreiben und die Survey-Daten zu ergänzen.

„Site Visits“ und begleitende Notizen bildeten eine vierte empirische Säule. Dabei wurden Beobachtungen an den Terminalstandorten zu Aspekten wie Zugangssituation, räumlicher Einbettung und Interaktionen vor Ort systematisch dokumentiert. Informelle Gespräche mit Mitarbeitenden und Bürger*innen wurden ebenso erfasst und flossen in die qualitative Auswertung ein.

Die Beobachtungsnotizen dienten der Kontextualisierung und Validierung der quantitativen sowie qualitativen Befunde. Insgesamt sind dafür (Zeitraum März `23 bis März `25) 6 Site Visits und 37 Projektmeetings ausgewertet worden.

Die Integration der Perspektiven erfolgte entlang des gesamten Forschungsprozesses: Erkenntnisse aus den Interviews informierten die Hypothesenbildung für die quantitative Erhebung, während die quantitativen Ergebnisse im Anschluss durch qualitative Aussagen vertieft und eingeordnet wurden. Auf diese Weise konnte ein differenziertes Bild zur Akzeptanz und Nutzung des „Amt-O-Mat“ gezeichnet werden.

4 Was bewegt die Mitarbeitenden und was halten die Bürger*innen vor Ort davon?

Die bisherigen Kapitel haben gezeigt: Die Akzeptanz digitaler Verwaltungsangebote wie des „Amt-O-Mat“ wird maßgeblich durch erwarteten Nutzen (Performance Expectancy) und soziale Einflussfaktoren (Social Influence) geprägt. Doch wie erleben die Menschen vor Ort die Einführung konkret? Was motiviert sie zur Nutzung und was hält sie zurück?

Um das Zusammenspiel von Erwartungen, Erfahrungen und Empfehlungen besser zu verstehen, wurden im Rahmen der Studie qualitative Interviews mit Bürger*innen und Verwaltungsmitarbeitenden geführt. Diese Aussagen geben der quantitativen Analyse ein Gesicht und zeigen eindrücklich, wie unterschiedlich der gleiche „Amt-O-Mat“ an verschiedenen Orten wahrgenommen wird.

4.1 Perspektive der Bürger*innen – zwischen Entlastung, Skepsis und Alltagsintegration

Zahlreiche Bürger*innen äußerten eine grundsätzlich positive Haltung gegenüber dem „Amt-O-Mat“. Besonders häufig genannt wurden konkrete Vorteile im Alltag, die sich klar der Kategorie Erwarteter Nutzen zuordnen lassen. Allen voran Zeitersparnis und flexible Nutzbarkeit:

„Also für mich war es wirklich Zeitersparnis im Gesamten.“
Interviewpartner aus Bendorf

„Man ist unabhängig von Öffnungszeiten. [...] kann man dann auch nach der Arbeit vorbeikommen und bestimmte Behördengeschäfte erledigen.“
Interviewpartner aus Vordereifel

Diese Einschätzungen verdeutlichen: Der „Amt-O-Mat“ entfaltet dort Wirkung, wo er mit den Lebensrealitäten der Menschen kompatibel ist, sei es bei langen Arbeitszeiten, eingeschränkter Mobilität oder familiären Verpflichtungen. Nutzung geschieht nicht abstrakt, sondern eingebettet in Alltagsroutinen.

Wo diese Passung gegeben ist, wird der „Amt-O-Mat“ als sinnvolle Ergänzung empfunden:

„Das ist schon eine Kombination, die Spaß machen kann.“
Interviewpartnerin aus Vordereifel

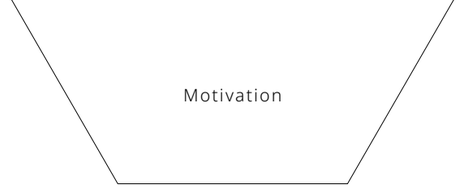
Gleichzeitig treten auch Barrieren zutage. Sowohl emotionaler als auch technischer Natur. Diese betreffen vor allem die persönliche Bindung zur Verwaltung, Unsicherheiten im Umgang mit Technik sowie Datenschutzbedenken:

„Ich liebe gerne das Persönliche. [...] Es würde mich so ein bisschen Überwindung kosten, mich damit auseinanderzusetzen.“
Interviewpartnerin aus Weißenthurm

„Das Ding ist halt der Datenschutz. Wie wird wirklich DSGVO-konform gearbeitet?“
Interviewpartner aus Vordereifel

Diese Äußerungen lassen sich den Dimensionen Vertrauen in Technologie und erwartete Einfachheit der Bedienung zuordnen. **Gleichzeitig zeigen unsere quantitativen Daten deutlich:** Die Mehrheit der Befragten bringt dem System sowohl in Bezug auf die Bedienung als auch auf den Umgang mit Daten grundsätzlich Vertrauen entgegen. Datenschutzbedenken und technische Unsicherheiten stellen daher **nicht die Regel, sondern eher punktuelle Wahrnehmungen** dar.

Gerade in solchen Fällen zeigt sich die Bedeutung der **kommunikativen Brückenfunktion der Mitarbeitenden**: Wo Bürger*innen unsicher sind, können klare Hinweise zur DSGVO-Konformität, Erfahrungsberichte oder kurze Erklärungen helfen, Barrieren abzubauen. Die Mitarbeitenden im Bürgerbüro können hier aktiv Vertrauen aufbauen, und zwar nicht zuletzt, weil die DSGVO-konforme Arbeitsweise beim „Amt-O-Mat“ dieselben Standards erfüllt wie klassische Prozesse.



Diese Erkenntnis unterstreicht einmal mehr: **Technologischer Erfolg ist keine Frage der Funktionalität allein, sondern des sozialen Vertrauens.** Und genau dieses Vertrauen lässt sich im persönlichen Gespräch vor Ort oft am wirksamsten herstellen.

4.2 Perspektive der Verwaltungsmitarbeitenden – Schlüsselrolle mit Ambivalenz

Auch unter Verwaltungsmitarbeitenden ist das Meinungsbild differenziert. Besonders auffällig ist das stark variierende Empfehlungsverhalten in den Bürgerbüros, obwohl an allen Standorten die gleiche technische Ausstattung vorhanden ist. Einige Teams zeigen sich offen und aktiv, andere begegnen dem neuen System mit Zurückhaltung oder Skepsis. Ein zentrales Hemmnis: empfundener Mehraufwand und fehlende Integration in bestehende Systeme:

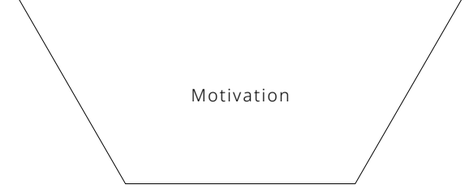
„Der Amt-O-Mat ist für uns wesentlich mehr Arbeit […] Wir müssen alles händisch machen."
Verwaltungsmitarbeitende:r, Bürgerbüro

„Die Leseeinheit ist ja bei uns defekt gewesen, also Reisepässe gingen gar nicht."
Verwaltungsmitarbeitende:r

Diese Herausforderungen sind da. Sie zeigen: Auch für Mitarbeitende muss der „Amt-O-Mat" „passen", technisch wie organisatorisch.

Demgegenüber stehen Stimmen, die den Bürgernutzen klar erkennen und den Terminal aktiv bewerben:

„Ich würde den Amt-O-Maten den Bürgern empfehlen, weil er ganz einfach den Verfahrensablauf vereinfacht."
Verwaltungsmitarbeitende:r



Hier wirkt sich ein positiver Erfahrungshorizont unmittelbar auf das Verhalten aus. Mitarbeitende werden zu aktiven Multiplikator:innen. Diese Dynamik ist entscheidend, denn die qualitative Analyse zeigt: Empfehlungen durch Verwaltungsmitarbeitende haben unmittelbaren Einfluss auf die Nutzung. Oder wie es ein Mitarbeitender formulierte:

Der richtige Umgang mit Unsicherheiten, technischem Support und Kommunikation ist also kein „Nice-to-have", sondern zentral für die Systemzündung.

„So ein Projekt, da fällt das Kind oft in den Brunnen, bevor das so richtig gestartet ist."
Verwaltungsmitarbeitende:r

Zwischenfazit

Wir sehen: Trotz identischer technischer Ausstattung vor Ort unterscheidet sich das Empfehlungsverhalten der Mitarbeitenden zum Teil gravierend. Die qualitative Analyse legt nahe, dass sich diese Unterschiede auf die tatsächliche Nutzung auswirken. Denn in Gemeinden, in denen der „Amt-O-Mat" von Mitarbeitenden aktiv empfohlen wird, steigt auch die Wahrscheinlichkeit, dass Bürgerinnen und Bürger ihn ausprobieren.

Unsere Zwischenhypothese lautet daher:

Die tatsächliche Nutzung variiert zwischen den Standorten nicht allein aufgrund der Technik, die ja gleich ist, sondern ganz wesentlich durch das Empfehlungsverhalten der Mitarbeitenden.

Dies lässt sich theoretisch mit dem UTAUT-Modell untermauern: Besonders die Dimensionen Soziale Einflussnahme und Erwarteter Nutzen spielen hier eine Rolle. Die Mitarbeitenden wirken bewusst oder unbewusst als „Gatekeeper" der Innovation.

5 Wie sieht die tatsächliche Nutzung im Pilotprojekt aus?

Um die tatsächliche Inanspruchnahme des digitalen Selbstbedienungsterminals „Amt-O-Mat“ realistisch einschätzen zu können, wurden die Nutzungszahlen für den Zeitraum **Januar bis Mai 2025** ausgewertet. Dieser Zeitraum wurde gewählt, da **alle sechs Pilotstandorte** in diesem Zeitfenster aktiv und vergleichbar in Betrieb waren. Die erfassten Vorgänge beziehen sich primär auf **die Abholung von Personalausweisen und Reisepässen**, die durch das Terminal automatisiert registriert wurden.

Ergänzend zur absoluten Nutzung wird nachfolgend auch das **prozentuale Verhältnis zur Zahl der im gleichen Zeitraum über das Bürgerbüro beantragten bzw. herausgegebenen Dokumente** (Personalausweise und Reisepässe) betrachtet. Diese Binnendifferenzierung erlaubt Rückschlüsse auf die relative Durchdringung und Akzeptanz des Systems innerhalb der kommunalen Verwaltungsprozesse. Zusätzlich betrachten wir, ob der „Amt-O-Mat“ **innerhalb der Verwaltungsgebäude** oder **außerhalb der Verwaltungsgebäude** aufgestellt wurde und ob die **Öffnungszeiten** im Vergleich zum Bürgerbüro erweitert wurden oder die gleichen Öffnungszeiten gelten.

Nutzung

Spitzengruppe

Zeitraum
Januar bis Mai 2025

Standort K1

Ø Nutzung pro Monat: **80,6**

Gesamtnutzung: **403**

Anteil an Gesamtprozessen: **27,85 %**

Aufstellort: **außerhalb** der Verwaltung

Die Kommune am Standort K1 weist mit Abstand die höchsten Nutzungszahlen auf. Im Durchschnitt wurden monatlich über 80 Dokumente über den „Amt-O-Mat“ abgeholt. Dies spricht für eine gute technische Verfügbarkeit, Sichtbarkeit und Akzeptanz bei den Bürger*innen.

Öffnungszeiten: **erweitert**

Standort K2

Ø Nutzung pro Monat: **55**

Gesamtnutzung: **275**

Anteil an Gesamtprozessen: **26,34 %**

Aufstellort: **innerhalb** der Verwaltung

Öffnungszeiten: **nicht erweitert**

Auch in der Kommune am Standort K2 liegt die Nutzung deutlich über dem Gesamtdurchschnitt. Mit einem stabilen Monatswert von 55 zeigt sich eine solide Integration in den kommunalen Alltag.

Mittelfeld

Standort K3

Öffnungszeiten: **erweitert**

Gesamtnutzung: **99**

Ø Nutzung pro Monat: **19,8**

Anteil an Gesamtprozessen: **3,86 %**

Aufstellort: **innerhalb** der Verwaltung

Die Kommune am Standort K3 bildet das Mittelfeld. Rund 20 erfolgreiche Transaktionen pro Monat deuten auf ein mittleres Maß an Nutzung, aber auch auf weitere Potenziale in Information und Einbettung.

Standort K4

Öffnungszeiten: **nicht erweitert**

Gesamtnutzung: **58**

Ø Nutzung pro Monat: **11,6**

Anteil an Gesamtprozessen: **3,0 %**

Aufstellort: **innerhalb** der Verwaltung

In Standort K4 bleibt die Nutzung deutlich hinter den Spitzenreitern zurück, dennoch ist eine kontinuierliche Grundnutzung erkennbar.

Standort K5

Öffnungszeiten: **erweitert**

Gesamtnutzung: **24**

Ø Nutzung pro Monat: **4,8**

Anteil an Gesamtprozessen: **2,7 %**

Aufstellort: **außerhalb** der Verwaltung

Trotz einer verhältnismäßig hohen Zahl an beantragten Dokumenten im Bürgerbüro fällt die Nutzung des „Amt-O-Mat“ gering aus. Das deutet auf strukturelle oder kommunikative Herausforderungen hin.

Schlusslicht

Standort K6

Öffnungszeiten: **erweitert**

Gesamtnutzung: **4**

Ø Nutzung pro Monat: **0,8**

Anteil an Gesamtprozessen: **0,46 %**

Aufstellort: **außerhalb** der Verwaltung

In Standort K6 wurde der Terminal kaum genutzt. Die nahezu ausbleibende Inanspruchnahme legt nahe, dass zentrale Faktoren wie Standortwahl, technische Verfügbarkeit oder begleitende Öffentlichkeitsarbeit nicht ausreichend waren.

Gesamtnutzung

Nutzung

Übersicht

Standort	Ø Nutzung/ Monat	Gesamt-nutzung	Anteil an Gesamtprozess	Aufstellort bzgl. Verwaltungsgebäude	Öffnungszeiten bzgl. Bürgerbüro
K1	80,6	403	27,85 %	außerhalb	erweitert
K2	55	275	26,34 %	innerhalb	nicht erweitert
K3	19,8	99	3,86 %	innerhalb	erweitert
K4	11,6	58	3,0 %	innerhalb	nicht erweitert
K5	4,8	24	2,7 %	außerhalb	erweitert
K6	0,8	4	0,46 %	außerhalb	erweitert

Tabelle 1 – Nutzungsübersicht

Deutliche Unterschiede in der Nutzung – erwartbar und nun auch messbar

Die Auswertung zeigt klar: Der „Amt-O-Mat“ wird in den verschiedenen Kommunen ganz unterschiedlich genutzt. Wie oft das Terminal tatsächlich zum Einsatz kommt, hängt stark vom jeweiligen Standort, der Sichtbarkeit vor Ort, der Kommunikation rund um das Angebot und der Einbettung in die lokalen Abläufe ab.

Die Zahlen sprechen eine deutliche Sprache: Während in der Kommune Standort 1 (K1) im Schnitt über 80 Dokumente pro Monat über den „Amt-O-Mat“ abgeholt wurden, waren es in der Kommune Standort 6 (K6) gerade einmal 0,8 Vorgänge pro Monat. Das entspricht einer Differenz um den Faktor 100.

Diese enorme Spannbreite zeigt: Damit digitale Angebote wie der „Amt-O-Mat“ ihr Potenzial entfalten können, braucht es maßgeschneiderte Lösungen für jede Kommune. Die Nutzung vor Ort lässt sich nicht pauschal voraussetzen. Die Nutzung muss gezielt gefördert werden. Die Zahlen liefern dafür eine solide Grundlage und machen deutlich, wo genauer hingeschaut werden sollte.

Nutzung

Die Haltung der Mitarbeitenden ist entscheidender Faktor für die Nutzung

Was die quantitative Analyse andeutet, bestätigt sich auch in den qualitativen Interviews: Die Haltung der Mitarbeitenden im Bürgerbüro spielt eine zentrale Rolle für die tatsächliche Nutzung. Dabei wird deutlich, wie unterschiedlich diese zwischen Engagement und Skepsis, zwischen Serviceorientierung und struktureller Überforderung ausfallen kann.

In einigen Kommunen begegnen die Mitarbeitenden dem „Amt-O-Mat“ mit einer bemerkenswert positiven Grundhaltung, auch wenn die Einführung zusätzlichen Aufwand bedeutet. So betont eine Mitarbeiterin aus der Kommune „K2“:

„Für uns ist es ein Mehraufwand, aber darum geht es ja auch gar nicht. Es geht um neuen Service für den Bürger.“

Trotz erhöhter Arbeitsbelastung wird hier der Nutzen für die Bürger*innen in den Vordergrund gestellt. Diese proaktive, bürgerzentrierte Haltung spiegelt sich auch in der aktiven Empfehlung des Angebots wider („K2“):

„Ich würde den auf jeden Fall empfehlen. Gerade wenn viel los ist [...]. Der Bürger kann ihn da einfach selbstbestimmt abholen, ohne Wartezeit.“

Demgegenüber äußern Mitarbeitende in anderen Kommunen große Skepsis sowohl hinsichtlich des technischen Mehraufwands als auch in Bezug auf das Nutzerverhalten. So wird in der Kommune „K5“ berichtet:

„Der Amt-O-Mat ist für uns wesentlich mehr Arbeit [...]. Die Leute möchten auch gerne persönlich reinkommen [...]. Das dauert für die viel länger, wenn sie das über den Amt-O-Maten machen.“

Die ablehnende Haltung wird hier nicht nur durch subjektive Erfahrungen mit dem System begründet, sondern auch durch die Einschätzung, dass die Bürger*innen das Angebot gar nicht wünschen. Ein Verwaltungsmitarbeitender bringt es auf den Punkt („K5“):

„Die Kollegen bieten es zwar an [...], aber die Bürger möchten es nicht. Sie lehnen es direkt ab und sagen, nee, sie kommen lieber rein.“

Diese Aussagen zeigen: Die Empfehlung des „Amt-O-Mat“ ist nicht nur eine Frage des Systems, sondern eine Frage der Haltung. Die qualitative Analyse verdeutlicht so, dass es nicht allein auf Technik oder Standort ankommt, sondern auch auf die Menschen dahinter. Eine engagierte Kommunikation durch die Mitarbeitenden kann Vertrauen schaffen und Nutzung fördern, während Zurückhaltung und Skepsis den Erfolg ausbremsen können.

6 Entscheidend – Die Menschen machen den Unterschied!

Trotz gleicher Technologie wird der „Amt-O-Mat“ an den verschiedenen Standorten sehr unterschiedlich genutzt. Der Mensch macht den Unterschied!

Technik schafft Möglichkeiten und genutzt werden sie durch Menschen. Genau das zeigt sich im Pilotprojekt: Die Standorte sind technisch identisch, doch die tatsächliche Nutzung variiert teils drastisch. Der Grund liegt nicht in der Hardware, sondern im sozialen Kontext.

Denn ob der „Amt-O-Mat“ genutzt wird, hängt maßgeblich davon ab, wie über ihn gesprochen wird, egal ob im Bürgerbüro, in der Nachbarschaft oder im Alltag. Menschen empfehlen, was sie überzeugt. Und Überzeugung entsteht, wenn der Nutzen erlebbar und kommuniziert wird.

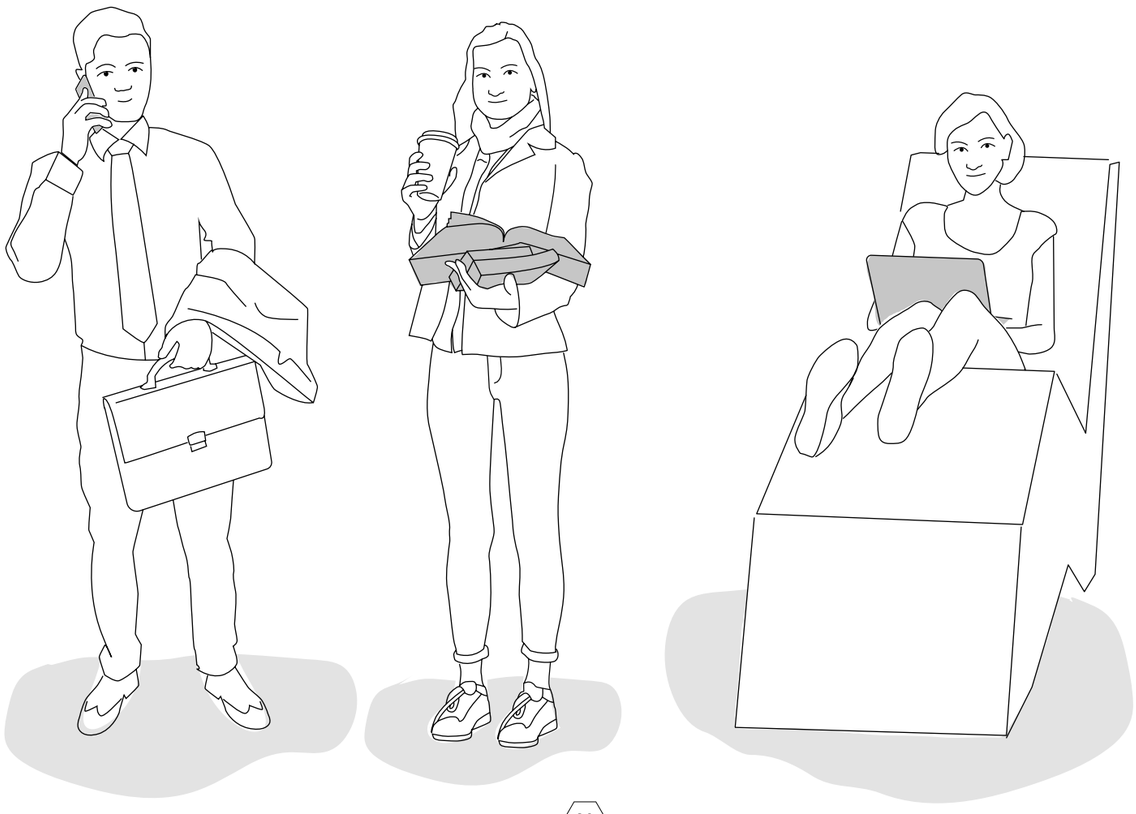
Die quantitative Analyse belegt: **Erwarteter Nutzen** und **Soziale Einflussnahme** sind die stärksten Treiber für Nutzung und Weiterempfehlung. Die qualitative Analyse ergänzt: **Wo Mitarbeitende überzeugt sind und aktiv empfehlen,** steigt die Nutzung und wo sie zurückhaltend bleiben, stagniert sie. Bürger*innen reagieren sensibel auf Signale aus ihrem Umfeld. Wird der „Amt-O-Mat“ von Menschen empfohlen, denen sie vertrauen, sinkt die Schwelle zur ersten Nutzung. Wird die Nutzung dann positiv erlebt, beginnt eine Aufwärtsspirale: Empfehlung erzeugt Nutzung, Nutzung erzeugt neue Empfehlung.

Das hat Konsequenzen: Die Einführung des „Amt-O-Mat“ ist **kein reines Technikprojekt**, sondern ein kultureller Veränderungsprozess. Die Technologie muss funktionieren. Das steht außer Zweifel. Doch der entscheidende Unterschied entsteht **nicht am Gerät, sondern im Gespräch**: zwischen Mitarbeitenden und Bürger*innen, zwischen Nutzer:innen und Noch-nicht-Nutzer:innen.

So setzt sich potenziell eine Aufwärtsspirale in Gang: Empfehlungen durch die Verwaltungsmitarbeitenden (v.a. in den Bürgerbüros) und klare Mehrwerte führen bei den Bürger*innen zum Wunsch, den „Amt-O-Mat“ erstmalig zu nutzen. Eine erfolgreiche Nutzung wiederum führt zu weiteren Empfehlungen der Nutzenden selbst gegenüber Dritten und erneuter eigenen Nutzung des „Amt-O-Mat“. Die Nutzungszahlen steigen weiter.

Die Kommunikation (z.B. Bewerbung) von Self-Service- und Hand-Over-Technologien, wie dem „Amt-O-Mat“, sollte nicht nur die sachlichen Mehrwerte (z.B. hohe zeitliche Verfügbarkeit) ins Zentrum stellen, sondern auch die positiven Effekte personenbezogener Empfehlungen nutzen. Die kann über die Mitarbeitenden in den Bürgerbüros, die Förderung von Empfehlungsverhalten durch Nutzende oder über Personen-/Influencer-basiertes Marketing (z.B. einer lokal bekannten Persönlichkeit) erfolgen.

Diese Dynamik ist keine Selbstverständlichkeit. Sie muss aktiv gestaltet werden. Mitarbeitende werden zu Multiplikator:innen, Bürger*innen zu Botschafter:innen. Wenn es gelingt, beide Gruppen mitzunehmen, entsteht etwas, das man nicht programmieren kann: Vertrauen.



7 Handlungsempfehlungen

Die Studie zeigt: Nicht die Technik entscheidet über Erfolg oder Misserfolg, sondern ob Menschen den „Amt-O-Mat“ **nutzen und weiterempfehlen**. Erst im Zusammenspiel von **Empfehlung, Kommunikation, Vertrauen** und **Nutzungserlebnis** entsteht eine Dynamik, die den Rollout erfolgreich macht.

Die Analyse der Nutzung zeigt drei klar unterscheidbare Klassen von Kommunen: K1 und K2 als Spitzengruppe, K3 bis K5 als Mittelfeld und K6 als Schlusslicht. Während die Spitzengruppe bereits heute belegt, dass der „Amt-O-Mat“ eine spürbare Entlastung schaffen kann, zeigt sich im Mittelfeld und besonders im Schlusslicht, dass dieses Potenzial bislang kaum gehoben wird.

Der Aufwand für Installation, Betrieb und Kommunikation des „Amt-O-Mat“ lohnt sich vor allem in der Spitzengruppe, dort aber in besonderem Maße. Hier können die Terminals in Verbindung mit den Handlungsempfehlungen ihre volle Wirkung entfalten, weil die Voraussetzungen für eine Aufwärtsspirale aus Erstempfehlung, Nutzung und Weiterempfehlung gegeben sind.

1. **Mehrwerte des „Amt-O-Mat“ klar undüberzeugend vermitteln**
   Bürger*innen interessieren sich nicht für Technik, sondern für den Nutzen im Alltag. Der „Amt-O-Mat“ spart Zeit, ist rund um die Uhr verfügbar und funktioniert ohne Warteschlange. Diese Vorteile sollten in der Kommunikation klar benannt und konkret erfahrbar gemacht werden. Die Botschaft muss lauten: Der „Amt-O-Mat“ macht den Behördengang einfacher, schneller und unabhängiger.

2. **Soziale Überzeugungskraft gezielt nutzen**
   Menschen orientieren sich an anderen. Wer den „Amt-O-Mat“ erfolgreich genutzt hat, wirkt überzeugender als jede Anzeige. Erfahrungsberichte und persönliche Empfehlungen wirken deshalb besonders stark. Kommunen können diese Wirkung aktiv nutzen, indem sie gezielt Stimmen zufriedener Bürger*innen sichtbar machen. Personen-/Influencer-basiertes Marketing: Auch bekannte Persönlichkeiten aus der Region können als authentische Vorbilder Vertrauen schaffen und zur Nutzung motivieren.

3. **Mitarbeitende zu Ermöglicher*innen des „Amt-O-Mat“ machen**
   Mitarbeitende sind zentrale Bezugspersonen für viele Bürger*innen. Sie entscheiden durch ihre Haltung darüber, ob der „Amt-O-Mat“ als hilfreiches Zusatzangebot oder als Störfaktor wahrgenommen wird. Damit sie diese Rolle positiv ausfüllen können, brauchen sie praxisnahe Schulungen. Diese Schulungen sollten den Nutzen für Bürger*innen herausstellen, typische Fragen und Einwände behandeln und konkrete Gesprächsansätze vermitteln.

4. **Nutzungserlebnis des „Amt-O-Mat“ aktiv gestalten**
   Ein positiver erster Eindruck entscheidet über Wiederverwendung und Weiterempfehlung. Die Bedienung des Terminals sollte intuitiv und fehlerverzeihend sein. Ergänzend helfen einfache Erklärvideos, anschauliche Infoblätter und persönliche Einweisungen, um Unsicherheiten abzubauen. Besonders ältere oder technikferne Zielgruppen profitieren von einer klaren Gestaltung und verständlichen Rückmeldungen während der Nutzung.

5. **Sichtbarkeit des „Amt-O-Mat“ erhöhen**
   Unsere Ergebnisse zeigen sehr deutlich, dass der Standort über die Nutzung entscheidet. Wenn der „Amt-O-Mat“ gut sichtbar und leicht zugänglich ist, wird er deutlich häufiger verwendet. Deshalb sollte die Platzierung sorgfältig geplant werden. Hinweisschilder, Sichtachsen im Raum und eine digitale Präsenz auf der Gemeindeseite oder in Social-Media-Kanälen erhöhen die Wahrnehmung zusätzlich.

6. **Technische Zuverlässigkeit und gut abgestimmte Abläufe sichern**
   *(Diese Empfehlungen wirken indirekt, aber essenziell. Sie schaffen Vertrauen bei Mitarbeitenden und Bürger*innen.)*
   Der beste Terminal nützt wenig, wenn Prozesse nicht mitgedacht werden. Technik und Organisation müssen Hand in Hand gehen. Der „Amt-O-Mat“ sollte nahtlos in die bestehenden Abläufe integriert sein. Klare Zuständigkeiten, automatisierte Rückmeldungen im System und eine stabile technische Infrastruktur sind unverzichtbar, damit der Betrieb reibungslos funktioniert und Vertrauen entsteht.

8 Anhang

Zur Untersuchung der Akzeptanz und Nutzung des „Amt-O-Mat“ wurde ein Mixed-Methods-Design eingesetzt:

- **Quantitative Befragung:**
  Es nahmen insgesamt 319 Personen an der standardisierten Online-Umfrage mit 159 vollständigen Antworten teil.

- **Qualitative Interviews:**
  Ergänzend wurden 118 leitfadengestützte Interviews mit Bürger*innen sowie Verwaltungsmitarbeitenden durchgeführt.

- **Site Visits und Dokumentenanalyse:**
  Darüber hinaus wurden Feldnotizen aus 6 Besuchen an den Standorten, der Teilnahme an 37 Projektmeetings sowie weitere projektrelevante Dokumente ausgewertet, um die Ergebnisse kontextbezogen einzuordnen und durch methodische Triangulation abzusichern.

- **Modellierung:**
  Die Auswertung der quantitativen Daten erfolgte mit der Software SmartPLS 4 auf Basis von Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

- **Schätzmethode:**
  Für die Hypothesentests wurden Bootstrapping-Verfahren mit 10.000 Resamples angewandt, um robuste Schätzungen der Pfadkoeffizienten (β) und deren Signifikanzniveaus (p-Werte) zu erhalten.

- **Strukturmodell:**
  Die Ergebnisse zum Strukturmodell umfassen die standardisierten Pfadkoeffizienten, p-Werte sowie die erklärten Varianzen (R^2) der abhängigen Variablen. Übliche Gütekriterien wurden überprüft.

Die folgenden Tabellen geben eine Übersicht über die Pfadkoeffizienten und Signifikanzen für die beiden zentralen abhängigen Variablen: Nutzungsabsicht (Behavioral Intention) und Empfehlungsabsicht (Recommendation Intention).

Pfadkoeffizient-Werte (ß) und Signifikanz-Werte (p-Werte) der Konstrukte auf die abhängige Variable „Nutzungsabsicht“ (Behavioral Intention)

Konstrukt	ß	p-Wert
Erwarteter Nutzen (Performance Expectancy)	0.325	0.001
Erwartete Einfachheit (Effort Expectancy)	0.054	0.584
Soziale Einflussnahme (Social Influence)	0.185	0.034
Aussehen und Design (Tangibles)	-0.043	0.639
Nutzungsabsicht (Behavioral Intention)	-	-
Vertrauensvariable 1: **Vertrauen in die Institution** (Institution-based Structural Assurances)	0.145	0.163
Vertrauensvariable 2: **Vertrauensbereitschaft** (Disposition to Trust)	0.113	0.280
Vertrauensvariable 3: **Begründetes Vertrauen** (Calculative-based Beliefs)	-0.026	0.776
Vertrauensvariable 4: **Vertrauen in die Prozesse der Verwaltung** (Institution-based Situational Normality)	0.002	0.982
Wissen und Erfahrung (Knowledge-based Familiarity)	-0.015	0.887
Geschlecht	0.035	0.882
Einkommen	-0.038	0.574
Bildungsstand	-0.033	0.643
Alter	0.097	0.197

Abb. Ergebnisse SmartPLS Berechnung des Strukturgleichungsmodells (Modell 1 – Abhängige Variable „Behavioral Intention“)

Pfadkoeffizient-Werte (ß) und Signifikanz-Werte (p-Werte) der Konstrukte auf die abhängige Variable „Empfehlungsabsicht“ (Recommendation Intention)

Konstrukt	ß	p-Wert
Erwarteter Nutzen (Performance Expectancy)	0.276	0.000
Erwartete Einfachheit (Effort Expectancy)	0.200	0.005
Soziale Einflussnahme (Social Influence)	0.202	0.001
Aussehen und Design (Tangibles)	0.171	0.012
Nutzungsabsicht (Behavioral Intention)	0.160	0.007
Vertrauensvariable 1: Vertrauen in die Institution (Institution-based Structural Assurances)	-0.031	0.668
Vertrauensvariable 2: Vertrauensbereitschaft (Disposition to Trust)	-0.006	0.927
Vertrauensvariable 3: Begründetes Vertrauen (Calculative-based Beliefs)	0.051	0.401
Vertrauensvariable 4: Vertrauen in die Prozesse der Verwaltung (Institution-based Situational Normality)	0.140	0.043
Wissen und Erfahrung (Knowledge-based Familiarity)	0.054	0.522
Geschlecht	-0.098	0.416
Einkommen	0.040	0.451
Bildungsstand	-0.012	0.774
Alter	0.063	0.245

Abb. Ergebnisse SmartPLS Berechnung des Strukturgleichungsmodells (Modell 2 – Abhängige Variable „Recommendation Intention“)

CVs

Univ.-Prof. Dr. Dr. Björn Niehaves ist Informatikprofessor und Politikwissenschaftler, leitet die Arbeitsgruppe „Digitale Transformation öffentlicher Dienste“ an der Universität Bremen.

Prof. Dr. Hans Christian Klein ist Professor für Wirtschaftsinformatik an der IU Internationalen Hochschule in Düsseldorf. Gemeinsam mit Björn Niehaves leitete er die wissenschaftliche Begleitforschung zum „Amt-O-Mat“ im Rahmen der Digitalisierungsinitiative Smarte Region MYK10.

Impressum

Herausgeber:
Kreisverwaltung Mayen-Koblenz
Stabsstelle Smart Cities
Bahnhofstr. 9
56068 Koblenz

Beauftragtes Unternehmen:
Niehaves & Friends GmbH
Blumenstr. 5
28203 Bremen

Bearbeitung:
Kreisverwaltung Mayen-Koblenz
Stabsstelle Smart Cities
Bahnhofstr. 9
56068 Koblenz

Gestaltung:
Gipfelgold Werbeagentur GmbH
Kaiserstraße 31
53113 Bonn
www.gipfelgold.de

Autoren:
Univ.-Prof. Dr. Dr. Björn Niehaves
Prof. Dr. Hans Christian Klein

Veröffentlichung:
2025

Immer informiert!

www.myk10.de

Nichts mehr verpassen.
Folgen Sie MYK10 auf:

Gefördert durch:

Bundesministerium
für Wohnen, Stadtentwicklung
und Bauwesen

KFW

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

JUNGER LANDKREIS
MIT TRADITION