

An den
Vorsitzenden des Kreistages Bergstraße
Herrn Joachim Kunkel
Gräffstr. 5

Eingang FB Kreisgremien:

05.08.2026



64646 Heppenheim

Groß-Rohrheim, 05.08.2026

Anfrage Digitale Öffentlichkeitsarbeit

Die digitale Kommunikation der Verwaltung und des Landrats ist ein zentraler Baustein der Bürgerinformation. Zur Gewährleistung von Transparenz und Wirtschaftlichkeit im öffentlichen Handeln ist eine regelmäßige Evaluierung der genutzten Kanäle, der damit erzielten Reichweiten sowie des dafür eingesetzten Personals geboten.

Vor diesem Hintergrund haben wir folgende Fragen an den Kreisausschuss:

I. Website des Kreises Bergstraße (kreis-bergstrasse.de)

1. Wie haben sich die Besucherzahlen (Seitenaufrufe sowie eindeutige Besucher/Unique Visits) der offiziellen Website des Kreises in den letzten 24 Monaten entwickelt (bitte aufgeschlüsselt nach Monaten)?
2. Welches Analysetool wird zur Auswertung der Zugriffe genutzt, und wie wird dabei der Datenschutz gewährleistet?
3. Welches sind die fünf am häufigsten aufgerufenen Unterseiten/Kategorien der Website?
4. Über welche Quellen gelangen die Nutzer auf die Website (z. B. direkte Eingabe, Suchmaschinen, Verlinkungen von Social-Media-Kanälen)? Wie hoch ist der prozentuale Anteil der Zugriffe, die über die eigenen Social-Media-Kanäle des Kreises generiert werden?

II. Social-Media-Kanäle

5. Welche Social-Media-Kanäle betreibt oder nutzt der Kreis Bergstraße bzw. der Landrat derzeit offiziell (z. B. Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok, YouTube)?
6. Wie haben sich die Follower- bzw. Abonnentenzahlen auf den jeweiligen Kanälen in den letzten 12 Monaten entwickelt (bitte je Kanal auflisten)?

7. Wie hoch war in den letzten 12 Monaten die durchschnittliche Beitragsreichweite (organische Reichweite) sowie die durchschnittliche Interaktionsrate (Likes, Kommentare, Shares, Clicks) pro Beitrag auf den jeweiligen Kanälen?
8. Wie stellt sich die Bandbreite der Interaktionen dar? Wie viele Beiträge erzielten in den letzten 12 Monaten lediglich Interaktionszahlen im einstelligen Bereich (0 bis 9 Klicks/Interaktionen)?
9. Nach welchen Auswahlkriterien werden Kommentare auf den jeweiligen Kanälen gelöscht?

III. Personal- und Finanzressourcen

10. Wie viele Personalressourcen (umgerechnet in Vollzeitäquivalente / VZÄ) stehen in der Verwaltung derzeit für die Betreuung der Website, die Content-Erstellung und das Social-Media-Management zur Verfügung?
11. Gab es in den letzten 24 Monaten personelle Aufstockungen in diesem Bereich? Wenn ja, in welchem Umfang (VZÄ) und mit welcher Stellenwertigkeit?
12. Wurden in den Jahren 2024, 2025 und 2026 bisher externe Dienstleistungen (z. B. Agenturen, Fotografen, Grafikdesign, Video-Produktion) oder kostenpflichtige Werbeschaltungen („Gepushte Beiträge“ / Social Media Ads) für die Online-Kommunikation in Anspruch genommen? Wenn ja, in welcher Gesamthöhe?

IV. Strategie und Evaluierung

13. Auf welcher strategischen Grundlage (z. B. Social-Media-Konzept, Kommunikationsstrategie) erfolgt die Content-Erstellung, und nach welchen Kennzahlen (KPIs) misst der Kreisausschuss den Erfolg der digitalen Öffentlichkeitsarbeit?
14. Welche Konsequenzen werden daraus abgeleitet?

Mit freundlichen Grüßen

FREIE WÄHLER E.V. im Kreistag Bergstraße



Walter Öhlenschläger
Fraktionsvorsitzender