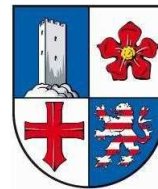


Beantwortung der Anfrage



Kreis
Bergstraße

Vorlage Nr.: 20-0192/1

erstellt am: 01.09.2026

Abteilung: Presse, Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation

Verfasser/in: Dr. Johannes Bunsch

Aktenzeichen: L-1/7

Beantwortung der Anfrage der Fraktion FREIE WÄHLER vom 05.08.2026 bezüglich digitale Öffentlichkeitsarbeit

Beratungsfolge:

Gremium	Sitzungsdatum	Status	Zuständigkeit
Kreistag		Ö	Kenntnisnahme

Beantwortung der Anfrage:

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)?

Die Zugriffe auf den Internetauftritt des Kreises wurden bislang über eine Matomo-Instanz statistisch erfasst, die technisch bei der ekom21 betrieben wurde. Bei dieser Matomo-Instanz handelte es sich jedoch nicht um ein dauerhaft unterstütztes Produkt. Der zugrunde liegende Server wurde zwischenzeitlich altersbedingt außer Betrieb genommen, ohne die Kreisverwaltung vorab darüber zu informieren und die Gelegenheit zu geben, Protokolle zu erzeugen. Mit der Abschaltung ist auch der Zugriff auf die dort gespeicherten historischen Statistikdaten entfallen, sodass diese rückwirkend nicht mehr ausgewertet werden können.

Um künftig wieder belastbare Nutzungszahlen erheben und Entwicklungen nachvollziehen zu können, wurde die Webstatistik auf eine neue Matomo-Instanz umgestellt. Seit dem 1. September 2026 werden dort wieder Zugriffsdaten erhoben. Eine aussagekräftige Entwicklung der Besucherzahlen kann daher erst nach Aufbau einer entsprechenden neuen Datenbasis dargestellt werden. In 12 Monaten lägen somit wieder valide Daten vor.

Für die zurückliegenden 24 Monate können aus den vorgenannten Gründen keine vollständigen und belastbaren Besucherzahlen mehr bereitgestellt werden. Jedoch können folgende Informationen gegeben werden:

Für die statistische Auswertung der Nutzung des Internetauftritts kommt die Open-Source-Software **Matomo** zum Einsatz. Matomo wird in einer datenschutzfreundlichen Konfiguration betrieben.

Die Erfassung erfolgt **ohne den Einsatz von Tracking-Cookies**. Zudem findet **keine Profilbildung über einzelne Nutzende** statt. Die erhobenen Daten dienen ausschließlich dazu, die Nutzung des Internetauftritts statistisch auszuwerten,

beispielsweise um die Nachfrage nach bestimmten Inhalten und Online-Angeboten zu beurteilen und den Internetauftritt bedarfsgerecht weiterzuentwickeln.

Die Konfiguration ist darauf ausgerichtet, nur die für diese statistischen Zwecke erforderlichen Informationen zu verarbeiten. Eine personenbezogene Nachverfolgung des Nutzungsverhaltens ist ausgeschlossen.

Auf Grundlage der aktuell verfügbaren Nutzungszahlen sowie längerfristiger Beobachtungen lassen sich einige besonders stark nachgefragte Bereiche des Internetauftritts identifizieren. Eine belastbare Rangfolge der fünf meistaufgerufenen Unterseiten für den gesamten Zeitraum der vergangenen 24 Monate ist aufgrund der nicht mehr verfügbaren historischen Statistikdaten jedoch nicht möglich.

Besonders häufig werden die Seiten der **Zulassungsstelle** aufgerufen. Ebenfalls stark nachgefragt sind die Seiten zur **Online-Antragstellung im Bereich Ausländer und Asyl**. Eine weitere hohe Nutzung verzeichnen die **Ratsinformationen**, wobei insbesondere einzelne Sitzungsvorlagen regelmäßig aufgerufen werden.

Darüber hinaus führen aktuelle Themen und die damit verbundene regionale oder überregionale Berichterstattung regelmäßig zu deutlich erhöhten Zugriffszahlen auf einzelne Seiten. Aktuell zeigt sich dies beispielsweise bei den Informationen zum **Starkregen** und zur **Obstbaumbestellung**. Auch einzelne Pressemitteilungen können abhängig von der öffentlichen Aufmerksamkeit zeitweise zu den am häufigsten aufgerufenen Inhalten des Internetauftritts gehören.

Am 1. September 2026 erfolgten **57,7 % der Zugriffe über eine Suchmaschine**.

Weitere **37,9 % waren direkte Zugriffe** auf den Internetauftritt. Diese Verteilung deckt sich grundsätzlich mit unseren langfristigen Beobachtungen: Der überwiegende Teil der Nutzerinnen und Nutzer gelangt entweder über eine gezielte Suche oder direkt auf die Website des Kreises.

Nur ein sehr kleiner Anteil der Zugriffe – am 1. September 2026 rund **0,5 %** – erfolgte über soziale Netzwerke. Dies ist insofern nicht überraschend, als die Social-Media-Kanäle des Kreises vor allem der aktuellen Kommunikation und Information dienen, während der Internetauftritt überwiegend gezielt zur Suche nach Verwaltungsleistungen, Ansprechpartnern und konkreten Informationen aufgerufen wird. Bei einzelnen aktuellen Themen oder Pressemitteilungen können Verlinkungen über soziale Netzwerke jedoch kurzfristig zu erhöhten Zugriffszahlen führen.

2. Welches Analysetool wird zur Auswertung der Zugriffe genutzt, und wie wird dabei der Datenschutz gewährleistet?

Die Website wird über cms21 von eKOM21 gemanaged, ebenso die Auswertung der Nutzungsdaten. Diese erfolgt mit dem Dienst Matomo über einen Server der ekom21. Der Anbieter gewährleistet den vorgeschriebenen Datenschutz.

3. Welches sind die fünf am häufigsten aufgerufenen Unterseiten/Kategorien der Website?

Siehe Antwort zu Frage 1.

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?

Siehe Antwort zu Frage 1.

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)?

<https://www.facebook.com/LandratsamtKreisBergstrasse>

offizieller Account der Pressestelle des Kreises Bergstraße

Follower: 7.993 Follower insgesamt 13,6(+ % gegenüber den vorigen 365 Tagen)

<https://www.facebook.com/KreisBergstrasse>

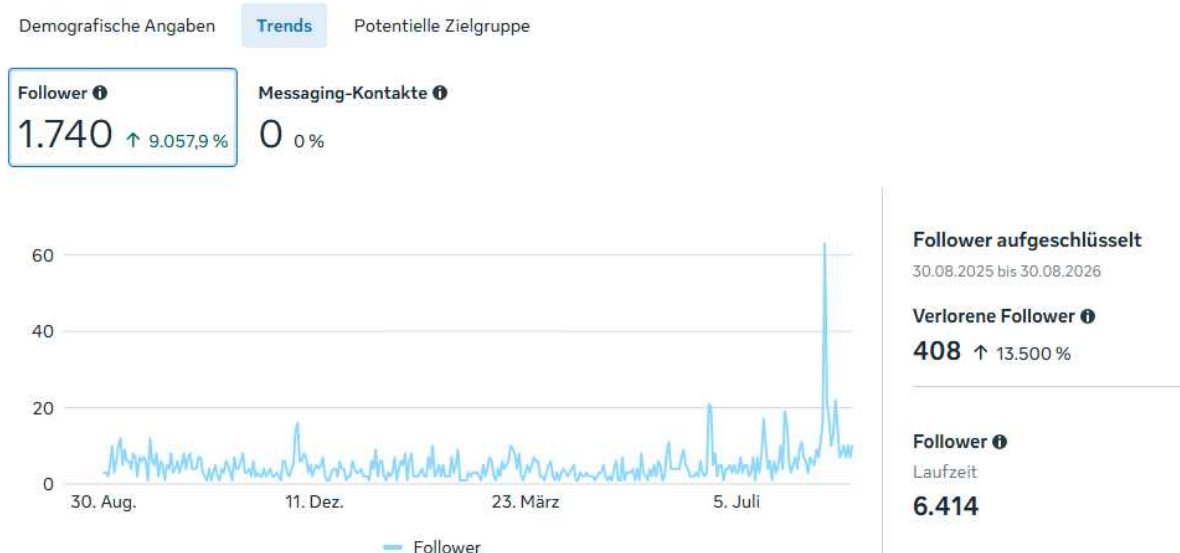
offizieller Account von Landrat Engelhardt

Follower: rund 24.000 (+1,9 % gegenüber den vorigen 365 Tagen)

https://www.instagram.com/kreis_bergstrasse/

offizieller Account der Pressestelle des Kreises Bergstraße

Follower: 6400, (+ 1740 neue Follower in den vorherigen 365 Tagen)



<https://www.instagram.com/chriswe72/>

Instagram Account von Landrat Engelhardt.

Dieser Account besteht zum einen aus Zweitverwendung (reposten) von Content der offiziellen Facebook-Seite des Landrats (s.o.) sowie eigene Beiträge des Landrats.

Follower: 11.200, (+ 1.961 neue Follower in den vorherigen 365 Tagen)

Hinweis: Der Instagramm-Account `kreis_bergstrasse_hessen` sowie der Account `kreis.bergstrasse` sind keine Accounts der Kreisverwaltung.

Es kommt leider immer wieder vor, dass Accounts im Namen des Kreises eröffnet werden und sich unter Verwendung des Kreiswappens als offizieller Account ausgeben. Die Kreisverwaltung geht regelmäßig gegen solche Accounts vor und meldet diese dem jeweiligen Anbieter.

Sekundäre Kanäle, die nur der Vollständigkeit halber hier aufgeführt werden:

https://www.instagram.com/berufsstart_kreis_bergstrasse/

Dieser Account wird von Auszubildenden des Kreises betrieben. Ziel ist es, insbesondere die Auszubildenden des Kreises sowie Nachwuchskräfte über die Arbeit der Kreisverwaltung zu informieren und Interesse zu wecken.

Der Kanal wird sporadisch betrieben.

Follower: ca 300, *Tendenz steigend*

[Kreis Bergstraße | LinkedIn](#)

Dieser Account wird von der Personalabteilung der Kreisverwaltung im Rahmen des Recruiting betrieben.

Der Kanal wird (intensiv) seit 2023 genutzt, befindet sich in der Etablierungsphase und verfügt über rund 1400 Follower. *Tendenz steigend.*

[Kreis Bergstraße - YouTube](#)

offizieller Account des Kreises Bergstraße, wird von mehreren Abteilungen genutzt, um Videos zu unterschiedlichen Themen bereitzustellen. Dies wird teilweise auch aus rein technischen Gründen so betrieben, weil z.B. die Einbindung von Youtube-Videos auf der Webseites des Kreises für die Performance der Seite wesentlich besser ist als ein Aufruf aus dem CMS selbst.

Abonnenten: rund 340

<https://www.instagram.com/kvhsbergstrasse/>

offizieller Account der KVHS Bergstraße. Der Account wird von der KVHS betrieben.

Abonnenten: rund 740

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?

Auswertungszeitraum: 30.8.2025 bis 30.08.2026

<https://www.facebook.com/LandratsamtKreisBergstrasse>

- Insgesamt 5,9 Mio Aufrufe (So oft wurde der Inhalt abgespielt oder angezeigt. Inhalte umfassen Videos, Beiträge, Stories) -> alles organisch, KEINE Werbebeiträge

Anzahl der Beiträge wird durch Meta nicht ausgewiesen, schätzungsweise pro Woche mind. 10, d.h. mind. 520 im Jahr, würde bedeuten: durchschnittlich 11.346 Aufrufe

- Insgesamt 26.409 Interaktionen (So oft haben Personen die Inhalte mit „Gefällt mir“ markiert, gespeichert, kommentiert, geteilt oder darauf geantwortet bzw. reagiert.): + 58,1% zum Vorjahr, Anzahl der Beiträge wird durch Meta nicht ausgewiesen, schätzungsweise pro Woche mind. 10, d.h. mind. 520 im Jahr, würde bedeuten: durchschnittlich 50,79 Interaktionen
- Gesamt-Wiedergabedauer 18 Tage, 5 Stunden (So lange wurden die Reels insgesamt abgespielt, einschließlich erneuter Wiedergaben.): + 301% zum Vorjahr

<https://www.facebook.com/KreisBergstrasse>

- Insgesamt 12,3 Mio Aufrufe (So oft wurde der Inhalt abgespielt oder angezeigt. Inhalte umfassen Videos, Beiträge, Stories) -> alles organisch, KEINE Werbebeiträge

Anzahl der Beiträge wird durch Meta nicht ausgewiesen, schätzungsweise pro Woche mind. 10, d.h. mind. 520 im Jahr, würde bedeuten: durchschnittlich 23.653 Aufrufe

- Insgesamt 80.053 Interaktionen (So oft haben Personen die Inhalte mit „Gefällt mir“ markiert, gespeichert, kommentiert, geteilt oder darauf geantwortet bzw. reagiert.): -14,6 % zum Vorjahr, Anzahl der Beiträge wird durch Meta nicht ausgewiesen, schätzungsweise pro Woche mind. 10, d.h. mind. 520 im Jahr, würde bedeuten: durchschnittlich 154 Interaktionen
- Gesamt-Wiedergabedauer 138 Tage, 17 Stunden (So lange wurden die Reels insgesamt abgespielt, einschließlich erneuter Wiedergaben.): + 255,4 % zum Vorjahr

https://www.instagram.com/kreis_bergstrasse/

- Insgesamt 2,7 Mio Aufrufe (So oft wurde der Inhalt abgespielt oder angezeigt. Inhalte umfassen Videos, Beiträge, Stories) -> alles organisch, KEINE Werbebeiträge

Anzahl der Beiträge 781 würde bedeuten: durchschnittlich ca 3.457 Aufrufe

- Reichweite: 82.682 (Diese Kennzahl berechnet die Reichweite durch die organische oder bezahlte Distribution des Instagram-Contents. Diese Kennzahl ist ein Schätzwert von Meta.)
- Insgesamt 19.808 Interaktionen (So oft haben Personen die Inhalte mit „Gefällt mir“ markiert, gespeichert, kommentiert, geteilt oder darauf geantwortet bzw. reagiert.): + 3514,6 % zum Vorjahr, Anzahl der Beiträge 781: durchschnittlich ca. 25 Interaktionen

<https://www.instagram.com/chriswe72/>

- Insgesamt 10,1 Mio. Aufrufe (So oft wurde der Inhalt abgespielt oder angezeigt. Inhalte umfassen Videos, Beiträge, Stories) -> alles organisch, KEINE Werbebeiträge

Anzahl der Beiträge wird durch Meta nicht ausgewiesen, schätzungsweise pro Woche mind. 10, d.h. mind. 520 im Jahr, würde bedeuten: durchschnittlich rund 19.423 Aufrufe

- Reichweite: 240.751 (Diese Kennzahl berechnet die Reichweite durch die organische oder bezahlte Distribution des Instagram-Contents. Diese Kennzahl ist ein Schätzwert von Meta.)
- Insgesamt 89.958 Content-Interaktionen (So oft haben Personen die Inhalte mit „Gefällt mir“ markiert, gespeichert, kommentiert, geteilt oder darauf geantwortet bzw. reagiert.): + ca. 8093% zum Vorjahr, Anzahl der Beiträge schätzungsweise 520: durchschnittlich ca. 173 Interaktionen

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)?

<https://www.facebook.com/LandratsamtKreisBergstrasse>

Aufrufe ⓘ 5,9 Mio.
 3-sekündige Aufrufe ⓘ 38.060 ↑ 126,1%
 Content-Interaktionen ⓘ 26.409 ↑ 58,1%
 Wiedergabedauer ⓘ 18 Tag(e), 5 Std. ↑ 301,1%

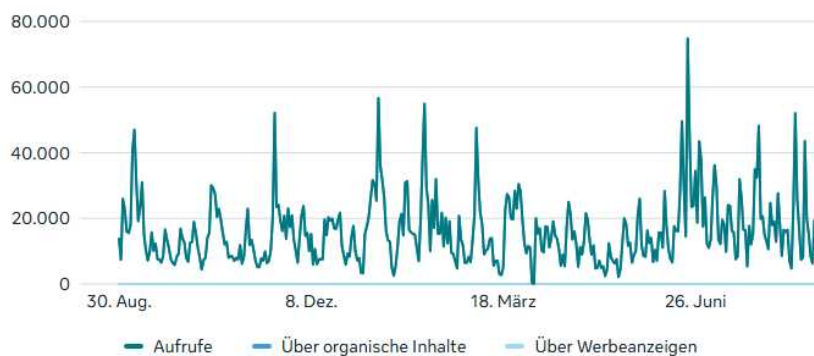


Content-Übersicht

Aufschlüsselung: Organisch/Anzeigen ▼

Alle Beiträge Stories Reels Live

Aufrufe ⓘ 5,9 Mio.
 3-sekündige Aufrufe ⓘ 38.060 ↑ 126,1%
 Content-Interaktionen ⓘ 26.409 ↑ 58,1%
 Wiedergabedauer ⓘ 18 Tag(e), 5 Std. ↑ 301,1%



Aufschlüsselung der Aufrufe

30.08.2025 bis 30.08.2026

Gesamt
5.873.290
 Über organische Inhalte
5.873.290
 Über Werbeanzeigen
0

Betrachter ⓘ
318.556

<https://www.facebook.com/KreisBergstrasse>

Content-Übersicht

Aufschlüsselung ▼

Alle Beiträge Stories Reels Live

Aufrufe ⓘ

12,3 Mio.

3-sekündige Aufrufe ⓘ

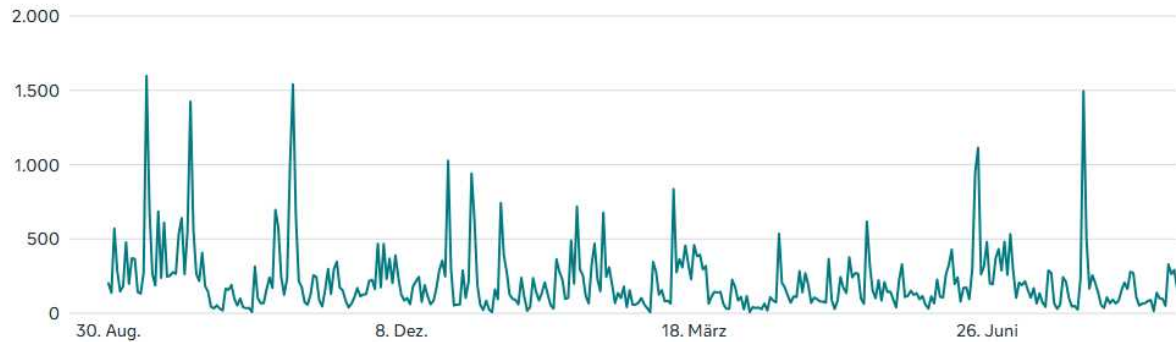
491.524 ↑ 328,9 %

Content-Interaktionen ⓘ

80.053 ↓ 14,6 %

Wiedergabedauer ⓘ

138 Tag(e), 17 Std. ↑ 255,4 %



Content-Übersicht

Aufschlüsselung ▼

Alle Beiträge Stories Reels Live

Aufrufe ⓘ

12,3 Mio.

3-sekündige Aufrufe ⓘ

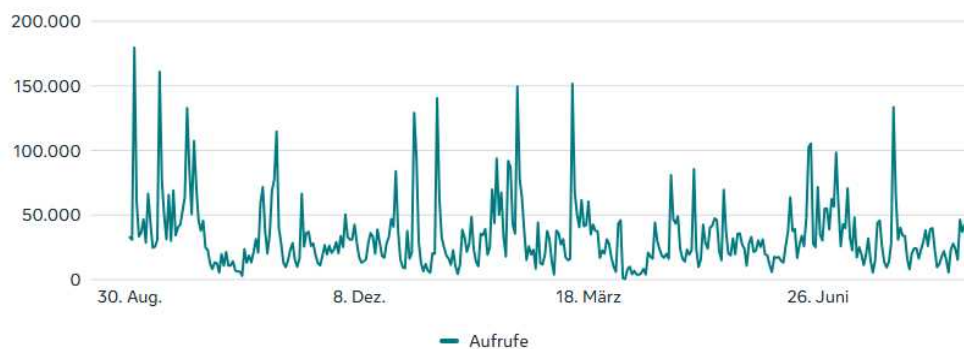
491.524 ↑ 328,9 %

Content-Interaktionen ⓘ

80.053 ↓ 14,6 %

Wiedergabedauer ⓘ

138 Tag(e), 17 Std. ↑ 255,4 %



Betrachter ⓘ

699.594

https://www.instagram.com/kreis_bergstrasse/

Content-Übersicht

Alle Beiträge Stories

Aufrufe ⓘ

3,6 Mio. ↑ 7.662,2 %

892.543 Aufrufe
2.744.379 Aufrufe

Reichweite ⓘ

82.682 ↑ 128,4 %

Content-Interaktionen ⓘ

19.808 ↑ 3.514,6 %



Content-Übersicht

Aufschlüsselung ▼

Alle Beiträge Stories



Aufrufe ⓘ
3,6 Mio. ↑ 7.662,2 %

892.543 Aufrufe
2.744.379 Aufrufe

Reichweite ⓘ

82.682 ↑ 128,4 %

Content-Interaktionen ⓘ

19.808 ↑ 3.514,6 %



<https://www.instagram.com/chriswe72/>

Content-Übersicht

Aufschlüsselung ▾

Alle Beiträge Stories

Aufrufe ⓘ

10,1 Mio. ↑ 4.880 %

2.299.271 Aufrufe

7.847.016 Aufrufe

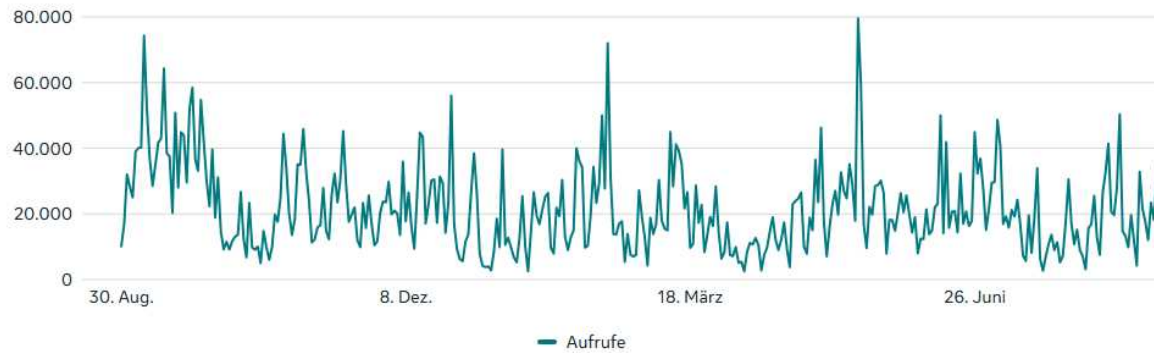
Reichweite ⓘ

240.751 ↓ 63,4 %

Content-Interaktionen ⓘ

89.958 ↑ 8.092,9 %

>



Content-Übersicht

Aufschlüsselung: Organisch/Anzeigen ▾

Alle Beiträge Stories

Aufrufe ⓘ

10,1 Mio. ↑ 4.880 %

2.299.271 Aufrufe

7.847.016 Aufrufe

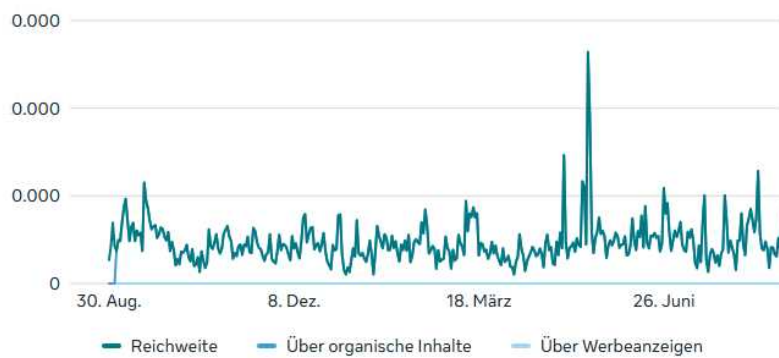
Reichweite ⓘ

240.751 ↓ 63,4 %

Content-Interaktionen ⓘ

89.958 ↑ 8.092,9 %

>



Aufschlüsselung der Reichweite ⓘ

30.08.2025 bis 30.08.2026

Gesamt

240.751 ↓ 63,4 %

Über organische Inhalte

239.726 ↑ 100 %

Über Werbeanzeigen

0 0 %

Content-Übersicht

Alle Beiträge Stories

Aufrufe ⓘ

10,1 Mio. ↑ 4.880 %



2.299.271 Aufrufe



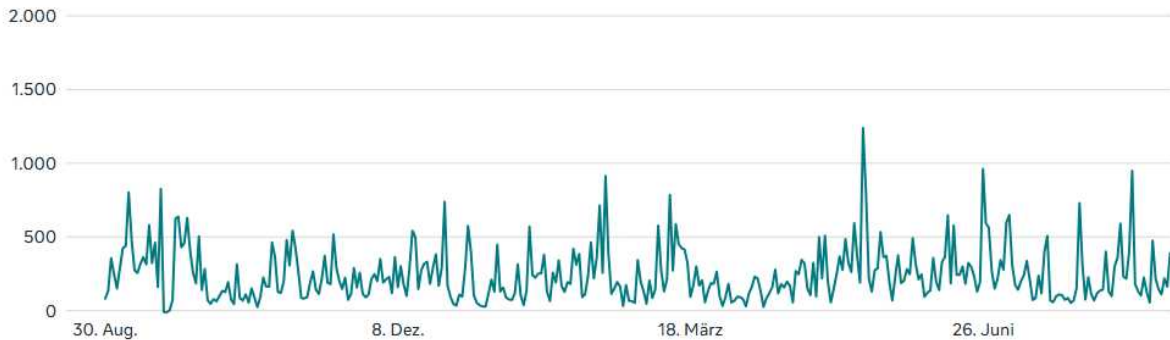
7.847.016 Aufrufe

Reichweite ⓘ

240.751 ↓ 63,4 %

Content-Interaktionen ⓘ

89.958 ↑ 8.092,9 %



9. Nach welchen Auswahlkriterien werden Kommentare auf den jeweiligen Kanälen gelöscht?

Kommentare werden gelöscht, wenn sie strafbare Inhalte (z.B. Volksverhetzung, Beleidigungen, übler Nachrede oder Mordaufrufen) enthalten. Ebenfalls würde Werbung Dritter gelöscht werden (bislang noch nicht vorgekommen).

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?

Die Pressestelle des Kreises Bergstraße ist mit 3 VZÄ besetzt (vgl. Stellenplan). Zudem gibt es eine Volontärsstelle (=Ausbildungsstelle). Die drei VZÄ umfassen:

- 2 VZÄ Redakteure (für jede Form redaktioneller Tätigkeit: Pressemitteilungen, Webseite, Social Media, Bekanntmachungen, Presseanfrage, Terminbegleitung, Pressefotografie)
- 1 VZÄ Grafikdesign (der Dienst steht für die Gesamtverwaltung zur Verfügung. Im Grafikdesign werden vor allem Flyer, Plakate, Rollups, Broschüren erstellt). Die Person ist gleichzeitig technischer Webmaster.

11. Gab es in den letzten 24 Monaten personelle Aufstockungen in diesem Bereich? Wenn ja, in welchem Umfang (VZÄ) und mit welcher Stellenwertigkeit?

Nein. In diesem Bereich gab es, seitdem er 2018 geschaffen wurde, keine Aufstockungen. Allein während der Hochphase der Corona-Pandemie war die Pressestelle mit einer Stelle temporär und exklusiv für die Aufgabe Corona verstärkt.

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?

Ja, die Gesamtsumme liegt jährlich bei ca. 10.000 Euro (hiervon entfallen ca. 100-600 Euro jährlich auf die Pressestelle). Die Aufwendungen entstehen hauptsächlich für externes Grafikdesign für Aufträge, welche die vorhandene interne Kapazität übersteigen, sowie in sehr geringem Umfang externe Fotografendienste.

Kostenpflichtige Werbeschaltungen „Gepushte Beiträge“ werden kaum vorgenommen. Die Anwendungen hierfür liegen unter 50 Euro im Jahr. Beworben wurden in den vergangenen Jahren herausgehobene offizielle Kreisveranstaltungen, um diese überregional bekannt zu machen, weil die entsprechende Zielgruppe sich nicht allein auf den Kreis Bergstraße konzentriert. Dies kommt höchstens 1 bis 2 Mal pro Jahr vor (die nächste solche Veranstaltung könnte die Eröffnung des Schülerforschungszentrums sein). Im Regelfall wird der „Sichtbarkeitsradius“ der entsprechenden Meldung um ca. 30 km über das Kreisgebiet hinaus erweitert, was mit einem „Werbeetat“ von 10-20 Euro verbunden ist.

Des Weiteren sind in den Jahren 2024-2026 im Personalmarketing in Summe Aufwendungen in Höhe von rund 13.700 Euro im Rahmen des Recruitings entstanden (Social-Media-Anzeigen und Google Display).

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?

Die Kommunikationsstrategie ergibt sich aus der Rechtsprechung des BVerfG. Danach ist es der verfassungsrechtliche Auftrag (Demokratieprinzip) der öffentlichen Verwaltung, die Bürgerinnen und Bürger in angemessener Form über ihre Tätigkeit zu informieren (s. hierzu BVerfGE 44, 125; BVerfGE 63, 230). Zudem kommuniziert die Pressestelle im Rahmen der Gefahrenabwehr, der Prävention und des Zivilschutzes.

Gleichzeitig wurden mit diesen Urteilen auch die Leitlinien für die Pressearbeit aufgestellt, die auch Basis der Pressearbeit des Kreises Bergstraße ist. „Erfolg“ (z.B. Klickzahlen) ist hierbei kein Kriterium, vielmehr folgt die Kommunikation dem verfassungsrechtlichen Auftrag, umfassend über die Tätigkeit der Behörde zu informieren. Die öffentliche Verwaltung hat, um diesem Auftrag zu folgen, auch diejenigen Kanäle zu bedienen, mit denen die Breite der Öffentlichkeit am besten erreicht werden kann. Dies sind heute primär die Sozialen Medien, die Webseite des Kreises, aber auch weiterhin die klassischen Medien.

Der Informationsauftrag führt zudem dazu, dass Kennzahlen wie Reichweiten und Interaktionsraten lediglich die Art und Wege, nicht jedoch den grundsätzlichen Inhalt der Kommunikation bestimmen können.

Die Veröffentlichungen der Pressestelle erfolgen zum einen über eigene Kanäle (z.B. die Internetseite des Kreises oder eigene Social-Media-Kanäle) oder mittels Multiplikatoren (wie der Printmedien, Rundfunk, TV, Social-Media-Kanäle Dritter. Die redaktionelle Arbeit in den Sozialen Medien folgt dabei meist im Sinne einer Zweitverwertung, d.h. Social-Media-Beträge werden in der Regel aus Pressemitteilungen generiert.

Einen großen Raum nimmt neben Presseterminen vor allem die Beantwortung von Presseanfragen ein. Diese erfolgt nach den presserechtlichen Vorgaben.

14. Welche Konsequenzen werden daraus abgeleitet?

Siehe Beantwortung zu Frage 13.