

Bremerhaven, 20.10.2025

<b>Anfrage - Nr. StVV - AF 25/2025 (§ 38 GStVV)</b>		
für die Sitzung der Stadtverordnetenversammlung am 04.12.2025		
Beratung in öffentlicher Sitzung:	<b>ja</b>	Anzahl Anlagen: 0

### Entwicklung der Pressearbeit in der Stadtverwaltung (BD-Fraktion)

Die Bedeutung einer transparenten, objektiven und bürgernahen Pressearbeit in kommunalen Verwaltungen hat in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen. In Zeiten wachsender Digitalisierung und steigender Anforderungen an politische Kommunikation sowie erhöhter Sensibilität der Öffentlichkeit für das staatliche Handeln, steht auch die Stadt Bremerhaven vor der Herausforderung, ihre Öffentlichkeitsarbeit angemessen, rechtssicher, transparent und effizient zu gestalten.

Vor diesem Hintergrund ist zu beobachten, dass der Personalaufbau in der städtischen Pressestelle des Magistrats in den letzten Jahren erheblich erweitert wurde. Während früher eine schlank aufgestellte Abteilung für Pressemitteilungen und klassische Medienkontakte zuständig war, sind heute ein ganzes Team sowie zusätzliche Assistenzkräfte im Einsatz, um Aufgaben im Bereich Social Media, Online-Kommunikation und Kampagnenmanagement zu übernehmen. Diese Entwicklung wirft zentrale Fragen nach der Effektivität, Notwendigkeit und demokratischen Legitimation der damit verbundenen Ressourcenverwendung auf.

Gerade mit Blick auf Großprojekte wie die Sail 2025, das Werftquartier oder die wachsende Rolle des Stadtmarketings stellt sich die Frage, inwieweit hier eine sachliche Information der Bürger von einer imageorientierten Außendarstellung abgegrenzt wird. Zudem steht die kommunale Pressearbeit in der Verantwortung, das verfassungsrechtlich verankerte Gebot der Staatsferne der Presse zu respektieren und keine konkurrierende Medienmacht zur freien Presse aufzubauen. Die Rechtsprechung der letzten Jahre – etwa durch das OLG Hamm oder den Bundesgerichtshof – macht deutlich, dass enge juristische Grenzen für staatliche Öffentlichkeitsarbeit bestehen.

Angesichts der zunehmenden Bedeutung der sozialen Medien, der steigenden Zahl an Veröffentlichungen und des sichtbaren Ausbaus personeller und technischer Ressourcen innerhalb der Pressestelle des Magistrats erscheint eine umfassende Aufklärung über Aufgabenverteilung, Kosten, interne Kontrollmechanismen und rechtliche Bewertung erforderlich.

Daher fragen wir den Magistrat:

1. Wie viele Mitarbeiter sind derzeit im Magistrat mit der Pressearbeit betraut und wie viele Stellen sind in diesem Bereich zurzeit unbesetzt? Bitte unterteilen nach Voll- und Teilzeitstellen.
2. Aus welchem Anlass wurde der PR-Stab der Stadt in den vergangenen Jahren von zwei auf sieben Mitarbeiter plus zwei Assistenzstellen aufgestockt?
3. Welche Pressestellen existieren derzeit im Magistrat, mit welcher Wertigkeit und konkreter Stellenbeschreibung?

4. Wie verteilen sich die Aufgaben (z. B. Pressemitteilungen, Social Media, Online-Redaktion, Spezialthemen wie Werftquartier)?
5. Werden die Pressemitarbeiter auch außerhalb ihres eigentlichen Aufgabengebiets eingesetzt? Wenn ja, welche Stellen, in welchem Stundenumfang wurden seit dem 01.10.2020 anderweitig eingesetzt?
6. Wie lässt sich der Nutzen dieser zusätzlichen Stellen objektiv nachweisen?
7. Wie viele Pressemitteilungen, Videos, Bilder und Social-Media-Beiträge wurden insgesamt seit dem 01.10.2020 je Stelle veröffentlicht?
8. Wurden für Veröffentlichungen weitere Verwaltungsmitarbeiter oder Externe einbezogen? Welche Stellen, Firmen, Kosten?
9. Gibt es Protokolle, Evaluationsberichte oder Kennzahlen, die die Wirkung der Pressearbeit belegen (z. B. Reichweite, Dialog mit Bürgern)?
10. Wie haben sich die einzelnen Social-Media-Kanäle sowie die Seite bremerhaven.de seit dem 01.10.2020 entwickelt (Posts, Kommentare, Abonnenten, Verweildauer, Bremerhavener vs. externe Nutzer)?
11. Wie hoch ist das Verhältnis zwischen regelmäßigen (Projekt-bezogenen) und spontanen (aktuellen) Pressemitteilungen?
12. Welche quantitativen Ziele verfolgt das Team bei Großprojekten wie SAIL 2025 oder Werftquartier und wie werden diese evaluiert?
13. Steht das Presse-Team allen Magistratsmitgliedern uneingeschränkt zur Verfügung? Sofern nein: Welcher protokollarische Ablauf zur Inanspruchnahme der Medienabteilung ist wann und mit welchen Stellen vereinbart worden?
14. Wie häufig haben Magistratsmitglieder im laufenden Jahr die Pressestelle zur Öffentlichkeitsarbeit in Anspruch genommen? – Bitte unterteilen nach den einzelnen Stadträten.
15. Wie viele Anfragen von Mitgliedern des Magistrats zur Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit wurden ggf. abgelehnt – von wem und mit welcher Begründung?
16. Wie wird bei einer nicht zu bewältigenden Fülle an Anfragen bei den Pressemitarbeitern entschieden, welche Anfragen priorisiert bearbeitet werden?
17. Welcher zusätzliche Arbeitsaufwand entstand durch die SAIL 2025 für die Pressearbeit?
  - a. Gibt es dafür eine eigene Einsatzplanung oder Sonderkosten – und wie verteilen sich diese auf Magistratsmitglieder?
18. Wie stellt der Magistrat sicher, dass seine Öffentlichkeitsarbeit das Gebot der Staatsferne gemäß Art. 5 Abs. 1 GG nicht verletzt?
19. Ist dem Magistrat die aktuelle Rechtsprechung (OLG Hamm, vom 10. Juni 2021 – I-4 U 1/20, sowie vom BGH, vom 13. Juli 2023 – I ZR 152/21) bekannt – wie wird sie intern berücksichtigt?
20. Welche internen Prüf- und Abstimmungsmechanismen bestehen zur Vorabkontrolle von Social Media-Posts oder Webinhalten mit presseähnlicher Wirkung?
21. Welche Compliance-Regeln existieren in Bezug auf die Abgrenzung zwischen amtlicher Information und meinungsnahem oder emotionalem Content?
22. Welche Haushaltsmittel entfallen seit dem 01.10.2020 auf Öffentlichkeitsarbeit und Social Media im Magistrat und wie verteilen sich diese?
  - a. Welches waren dabei die zehn kostenintensivsten Projekte seit dem 01.10.2020
23. Welche laufenden Kosten entstehen durch externe Dienste (z. B. Instagram, LinkedIn, YouTube)?

24. Welche Hard- und Software wurde seit dem 01.10.2020 für die Pressearbeit angeschafft und zu welchen Kosten?
25. Inwieweit wurde die BIT bei der technischen Umsetzung der Öffentlichkeitsarbeit des Magistrats eingebunden?
26. Sieht der Magistrat weiteren Personalbedarf für die Öffentlichkeitsarbeit – und wie wird dieser begründet?

Julia Tiedemann