



KREISTAGSFRAKTION WOLFENBÜTTEL
DER FRAKTIONSvorsITZENDE
Michael Wolff

Mail:info@cdu-kreistag-wolfenbuettel.de

CDU Kreistagsfraktion | Im Kalten Tale 20 | 38304 Wolfenbüttel

Frau
Landrätin
Christiana Steinbrügge
Landkreis Wolfenbüttel
Bahnhofstraße 11
38300 Wolfenbüttel

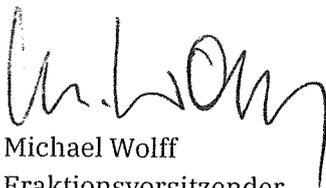
Wolfenbüttel, 22.11.2023

Anfrage der CDU Kreistagsfraktion

Die Landrätin hat die Fraktionen nach der Thematisierung der Presseberichterstattung in den lokalen Medien durch die Frau stellvertretende Landrätin Wagner-Judith zu einem Gespräch mit dem Herausgeber der Online-Zeitung "regional heute" eingeladen. In der Besprechung wurde die Marktdurchdringung der Printmedien und die der digitalen Medien erörtert und darüber diskutiert, mit welchen Maßnahmen der Landkreis Wolfenbüttel eine bessere Präsentation seiner Leistungen sowie Berichte aus der Gremien-Arbeit erreichen kann. Mit dieser Anfrage wird dem Wunsch der Landrätin nachgekommen, die in der Sitzung gestellten Fragen nochmals schriftlich vorzulegen. Ziel ist eine optimierte Medienpräsenz durch die Pressearbeit einerseits sowie Werbeaktivitäten andererseits. Die Fragen beziehen sich sowohl auf den Landkreis als auch die mit ihm verbundenen Betriebe, wie der Volkshochschule, des BIZ, des Abfallbetriebes, der Carl-Gotthard Langhans-Schule, des Breitbandbetriebes, der Tourismusförderung und des Geoparks.

1. Wie hoch waren die Anzeigen-Kosten des Landkreises Wolfenbüttel im Haushaltsjahr 2022 für die Veröffentlichung von "Amtlichen Nachrichten" wie z. B. für Sitzungstermine, amtliche Veröffentlichungen und Bürgerinformationen in den Printmedien, wie z.B. der Wolfenbütteler Zeitung, dem Wolfenbütteler Schaufenster, den Anzeigenblättern im Landkreis Wolfenbüttel, wie CremlingerBote, Schöppenstedter Stadt-Spiegel, Hornburger Anzeigenblatt, Baddeckenstedter Samtgemeindebote (Gleitz Verlag) und der online Zeitung "regional heute"?
2. Wie hoch waren die Kosten 2022 für Veröffentlichungen in Print- Sonderveröffentlichungen, wie beispielsweise der Broschüre von beruflichen Ausbildungsstätten im Landkreis Wolfenbüttel, ggf. anteilige Kosten für die Präsentationen zur Tourismuswerbung und des Geoparks sowie Veröffentlichungen in den Zeitungs-Sonderbeilagen der Tageszeitungen und Anzeigenblätter?
3. Wie hoch waren die Kosten 2022 für Broschüren des Landkreises (wie z.B. energetisches Bauen, Baulandatlas etc), des Bildungszentrums (Broschüre des Lehrgangs-Programms etc.), des Abfallbetriebes (Abfallfibel), des Breitbandbetriebes (z.B. für die Kundengewinnung) inkl. des Vertriebs über die Printmedien z.B. als Beilagen?

4. Wie hoch waren die Kosten 2022 der mit dem Landkreis verbundenen Betriebe wie der Volkshochschule, dem Abfallbetrieb, dem Breitbandbetrieb, der Gesellschaft für Biokompost GmbH für deren Werbung in den in der Tageszeitung, den Anzeigenblättern sowie den Digital-Medien?
5. Welche Kosten wurden in 2022 durch den Landkreis sowie die mit ihm verbundenen Betriebe für die Mitarbeitergewinnung in Printmedien einerseits und in den digitalen Medien andererseits verausgabt?
6. Sind neben den Kosten für die Stellenangebote auch Kosten für die Beratung und Personaldienstleister (Headhunter) angefallen; wie hoch sind diese Kosten gewesen?
7. Welche Aktivitäten und Kosten haben der Landkreis Wolfenbüttel bzw. die in Frage 1 angesprochenen verbundenen Betriebe im Jahr 2022 für Social-Media-Veröffentlichungen (X/Twitter, Instagram, Facebook etc.) durch Vergabe an Agenturen verausgabt? Sofern die Arbeiten in den Verwaltungen durchgeführt wurden, wieviel Personal wurde dafür eingesetzt?
8. Welches Konzept verfolgen der Landkreis Wolfenbüttel und die verbundenen Betriebe, um eine Verbesserung der Zielgruppen-Erreichung umzusetzen?
9. Welche Online-Strategie verfolgen der Landkreis und die mit ihm verbundenen Betriebe zum Ausgleich der Auflage-Rückgänge und Leserverluste bei den Print-Publikationen?
10. Die aktuelle ARD/ZDF-Online-Studie belegt, dass selbst ältere Leser Online-Medien aktiver und vermehrt nutzen. Mit welchen Aktivitäten planen der Landkreis und die mit ihm verbundenen Betriebe ihren Media-Mix dem sich ändernden Medien-Nutzungsverhalten der Bürger anzupassen?


Michael Wolff
Fraktionsvorsitzender