



☐ vertraulich

Fraktion Team Zastrow  
im Stadtrat der Landeshauptstadt Dresden  
Mitglied des Stadtrates  
Holger Zastrow

Landeshauptstadt Dresden  
Der Oberbürgermeister

GZ: (DOB) 13.1

Datum: 25. AUG. 2026

**Social Media Aktivitäten der Landeshauptstadt**  
AF1562/26

Sehr geehrter Herr Zastrow,

Ihre oben genannte Anfrage beantworte ich wie folgt:

„[A]m 28. Juli 2026 kommentierte ein Mitarbeiter der Landeshauptstadt einen Beitrag von „Team Zastrow“ auf Instagram. Ein Beitrag unseres Stadtrates Robert Reschke auf seinem privaten Instagram Konto wurde ebenfalls von einem Mitarbeiter der Landeshauptstadt kommentiert. Dazu habe ich folgende Fragen:

1. **Kommentieren die Mitarbeiter des Presseamtes regelmäßig Beiträge von politischen Parteien, bzw. von gewählten Mandatsträgern?“**

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter betreiben ein aktives Communitymanagement auf den Social-Media-Kanälen der Landeshauptstadt Dresden – insbesondere auf Facebook und Instagram. Kommentare sind dabei eine mögliche und regelmäßige Reaktion. Das gilt besonders dann, wenn die Landeshauptstadt Dresden auf Social Media angesprochen wird bzw. ihre Kanäle vertaggt werden. Entsprechend wurde auch auf die beiden von Ihnen angesprochenen Beiträge reagiert.

2. **„Wenn ja, wie oft, bei welchen Parteien oder Wählervereinigungen und auf welcher Rechtsgrundlage tun sie das?“**

Wie unter Frage 1 dargelegt, betreiben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein aktives Communitymanagement. Antworten auf Fragen und Kommentare gehören deshalb zum Tagesgeschäft. Wie oft dabei auf Beiträge politischer Parteien oder Akteure geantwortet wird, wird statistisch nicht erfasst.

Hier zur Einordnung des generellen Kommentarovolumens einige Beispiele:

- Brunnen Vandalismus, 2.300 Kommentare [https://www.instagram.com/landeshauptstadt\\_dresden/reel/DblbAsgDxzk/](https://www.instagram.com/landeshauptstadt_dresden/reel/DblbAsgDxzk/)
- Skateanlage, 150 Kommentare: [https://www.instagram.com/landeshauptstadt\\_dresden/reel/DblbAsgDxzk/](https://www.instagram.com/landeshauptstadt_dresden/reel/DblbAsgDxzk/)
- Verstoße des Monats, 125 Kommentare: [https://www.instagram.com/landeshauptstadt\\_dresden/p/DZ\\_\\_zVHivYn/](https://www.instagram.com/landeshauptstadt_dresden/p/DZ__zVHivYn/)

Ziel des Communitymanagements ist die stetige und faktenreiche Information und Kommunikation mit den Bürgerinnen und Bürgern, das Monitoring zur Einhaltung der Kommunikationsregeln, um Hass und Hetze zu vermeiden und die oftmals nötige Richtigstellung von Gerüchten, Vermutungen und Falschinformationen. Politische Kommentare und Bewertungen sind ausgeschlossen. Einen speziellen Fokus auf Parteien oder Wählervereinigungen gibt es nicht. Reagiert wird in der Regel bei direkter „Ansprache“ in Form der Vernetzung Dritter per # oder @.

Aktives Communitymanagement ist wesentlicher Teil der Social-Media-Aktivitäten jeder Organisation. Staatliche Stellen haben einen verfassungsrechtlich gebotenen Auftrag, die Bürgerinnen und Bürger über die Tätigkeit, Vorhaben und Ziele ihrer Tätigkeit zu informieren. Konkret haben Städte als Ausdruck der kommunalen Selbstverwaltung die Pflicht, die Öffentlichkeit vor Ort zu informieren – auch über soziale Netzwerke. Dazu hat der Hauptausschuss des Deutschen Städtetages im April 2025 ein Positionspapier beschlossen, in dem die Bedeutung von Social Media für die Kommunikationsarbeit der Städte konkret untersetzt ist.

### **3. „Wer hat diese zwei genannten Kommentare im Namen der „Landeshauptstadt Dresden“ veröffentlicht?“**

Das Team des Newsrooms der Landeshauptstadt Dresden. Der Newsroom ist Teil der Abteilung 13.1 Presse und Online im Amt für Presse-, Öffentlichkeitsarbeit und Protokoll.

### **4. „Werden Beiträge und Kommentare im Namen der Landeshauptstadt Dresden von Mitarbeitern der Stadt eigenständig veröffentlicht oder unterliegen diese einer Freigabe durch einen Vorgesetzten?“**

Social-Media-Beiträge werden geplant und die daraus folgende Kommunikation im Newsroom tagaktuell abgestimmt. Das betrifft auch das Wording für Antworten auf Fragen aus der Community. Im Newsroom gibt es einen CvD (Chef vom Dienst). An der Tagesabstimmung nimmt die Abteilungsleitung sowie in der Regel auch der Amtsleiter teil.

### **5. „Wenn ja, wer gibt Beiträge und Kommentare frei?“**

Da die Faktenlage und die Themen abgestimmt sind, kann der jeweilige Redakteur die Beantwortung selbstständig übernehmen. Es gibt wie unter 4. beschrieben ein allgemein abgestimmtes Wording. Eine Freigabe jedes einzelnen Kommentars erfolgt nicht. Das entspräche nicht den Zeitabläufen und Regularien einer Social-Media-Kommunikation sowie dem Anspruch an ein effizientes und ressourcensparendes Verwaltungshandeln. In Einzelfällen und bei Rückfragen zur Faktenlage werden Antworten im Newsroom gesondert besprochen und entschieden.

**6. „Wie viele Mitarbeiter hat das Presseamt aktuell und wie viele Mitarbeiter befassen sich mit den Beiträgen bzw. Kommentaren in den sozialen Medien?“**

Im Amt für Presse-, Öffentlichkeitsarbeit und Protokoll arbeiten aktuell 24 Personen. Zwei Personen koordinieren zusätzlich zu anderen Projekten der Onlinekommunikation (zum Beispiel dresden.de, Videoprojekte) die Social-Media-Kommunikation und das Communitymanagement. Social-Media-Beiträge entstehen auch in Kooperation mit den Ämtern der Landeshauptstadt Dresden und damit unter Mitwirkung einer größeren Personenzahl.

**7. „Welche Kanäle sozialer Medien betreibt die Landeshauptstadt?“**

Die Social-Media-Kanäle der Landeshauptstadt Dresden sind stets aktuell unter [www.dresden.de/soziale-medien](http://www.dresden.de/soziale-medien) verlinkt.

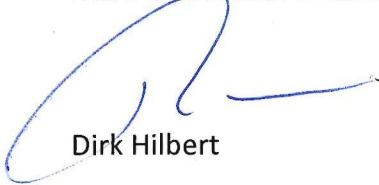
**8. „Erstellt die Landeshauptstadt Dresden eigene tagesaktuelle Inhalte, wie z. B. Videos, Beiträge in sozialen Medien oder Beiträge in anderen digitalen oder analogen Medien?“**

Ja.

**9. „Wie viele Mitarbeiter hatte das Presseamt 2015?“**

Per 1. Januar 2015 arbeiteten 24 Personen im Amt für Presse-, Öffentlichkeitsarbeit und Protokoll.

Mit freundlichen Grüßen



Dirk Hilbert