



über
Herrn Oberbürgermeister
Gert-Uwe Mende

über
Magistrat

und
Herrn Stadtverordnetenvorsteher
Dr. Gerhard Obermayr

an die Fraktion
FWG / Pro Auto

Der Magistrat

Dezernat für Finanzen, Schule
und Kultur

Stadtrat Dr. Schmehl

19.11.2025

Anfrage der FWG/ Pro Auto - Fraktion vom 21.08.2025, Nr. 269 nach § 45 der Ge-
schäftsordnung der Stadtverordnetenversammlung

SV-Nr. 25-V-20-0040

Ergänzte Antwort

Anfrage:

FWG/Pro Auto: Anfrage nach § 45 der GO - Bezahlte Online-Medienpartnerschaften wie Platt-
formanbietern, Multiplikatoren, Influencer

Vorbemerkung: Die Stadt Wiesbaden und ihre Gesellschaften nutzen für ihre Multimediaauf-
tritte die Leistung Dritter wie Online Partnerschaften wie Plattformanbieter; Multiplikatoren und
Influencer.

Wir fragen daher den Magistrat:

Welche Kosten sind der Landeshauptstadt Wiesbaden und ihre Gesellschaften für die Inan-
spruchnahme der Dienstleistungen Dritter im Bereich Online Media Dienstleistungen entstan-
den?

Dabei bitten wir um folgende Auskünfte:

- a) Auftragswerte seit dem Jahr 2023 von Verwaltung und städtischen Gesellschaften
(Bitte Auftragnehmer und Auftraggeber in Form von Eigenbetrieb, städt. Gesellschaft
oder Verwaltung separat aufführen)
- b) bei Auftragswerten im ausschreibungspflichtigen Bereich zusätzlich noch die Veröffent-
lichungsnummer der Ausschreibungen
- c) welche Dienstleistungen wurden erbracht?
- d) auf welcher Grundlage wurden die Dienstleister ausgewählt?

Die Anfrage beantworte ich wie folgt:

Die nachfolgenden Angaben beruhen auf einer Abfrage aller Ämter der Stadtverwaltung sowie der Beteiligungen im Geltungsbereich des Beteiligungskodex. Die Richtigkeit der Angaben der Ämter und Beteiligungen konnte dabei weder positiv noch negativ verifiziert werden, da die Kämmerei über keine diesbezügliche geeignete Datenquelle zu Verifizierung verfügt.

Zu a)

Stadtverwaltung:

Für Online-Mediendienstleistungen wurden seit dem Jahr 2023 Aufträge an verschiedene externe Anbieter vergeben. Auftragnehmer waren insbesondere die Firmen:

- Westpress GmbH & Co. KG,
- init AG für digitale Kommunikation,
- Meta Platforms Inc.,
- Eibes Design,
- SCS Schaffhausen Communication Solutions,
- Influencer-Kooperationen,
- Schlütersche Fachmedien GmbH,
- Vetproduction GmbH,
- Mikroprojekt GmbH sowie
- Portale des Wiesbadener Kuriers.

Die Gesamtaufwendungen der Stadtverwaltung für Online-Mediendienstleistungen belaufen sich im Zeitraum 2023 bis 2025 auf rund 545.000 Euro.

Folgende Ämter haben (jenseits von Fehlanzeigen) nachgemeldet:

Das Grünflächenamt hat für 4.500 Euro die Agentur Cicero beauftragt.

Im Dezernatsbüro II sowie in den zugeordneten Stabstellen wurden Aufträge im Gesamtwert von 56.590 Euro an Meta Platforms, Eibes Design, Portale VRM, STUZ, Goethe Universität Frankfurt, Google, Proudy, Rolle Marketing und Wiesbaden lebt! vergeben.

Eigenbetriebe:

Im Bereich der Eigenbetriebe wurden Online-Medienaufträge insbesondere beim Eigenbetrieb mattiaqua vergeben. Auftragnehmer waren hier die Agenturen Portvier GmbH und 99°Grad GmbH. Das Gesamtvolumen der Aufträge seit 2023 beträgt rund 70.000 Euro.

Folgende Eigenbetriebe haben keine Rückmeldung gegeben:

- WLW

Städtische Gesellschaften:

Bei den städtischen Gesellschaften wurden Online-Mediendienstleistungen durch die SEG Stadtentwicklungsgesellschaft Wiesbaden mbH, die EGW Gesellschaft für ein gesundes Wiesbaden mbH und die WiBau GmbH in Anspruch genommen. Auftragnehmer waren unter anderem ImmoScout24 GmbH sowie externe Dienstleister aus den Bereichen Webdesign, Personal Recruiting und Online-Kommunikation. Das Gesamtvolumen der Aufträge im Zeitraum 2023 bis 2025 beträgt rund 258.000 Euro.

Folgende Gesellschaften im Geltungsbereich des Beteiligungskodex haben keine Rückmeldung geben:

- WICM¹
- MBA²
- EGM³

Nachgemeldet wurden (jenseits von Fehlanzeigen):

Die WJW vergab Aufträge an bzw. für Stebstone, Indeed und Produktwerbung im Gesamtwert von 86.1701 Euro.

Die GWW meldete:

„Für das Jahr 2024 sind hierfür folgende Kosten angefallen: Social-Media = 83.395,20 EU, Website = 87.812,69 EUR. Die Kosten sind in 2024 deswegen höher ausgefallen, da hier sowohl Social-Media, als auch die Website neu implementiert wurden und hohe Aufbaukosten entstanden sind. Für das Jahr 2025 sind hierfür folgende Kosten angefallen: Social-Media = 89.751,77 EUR, Website = 30.088,87 EUR. Für das kommende Jahr zeichnet sich eine vorraussichtliche Tendenz ab, wobei die Kosten für Social-Media ungefähr gleich bleiben und für die Website weiter sinken. Für die Dienstleistungen wurde die TEAM FRESH Werbeagentur GmbH beauftragt. Die GWW ist keine öffentliche Gesellschaft und vergibt entsprechend ihrer Vergabeordnung.“

Zu b)

Soweit Auftragswerte in den ausschreibungspflichtigen Bereich fielen und dementsprechend formell ausgeschrieben wurden, sind folgende Veröffentlichungs- bzw. Vergabenummern zu verzeichnen:

- Für das Kulturamt-Projekt „KulturGuide“ erfolgte die Vergabe unter der Nr. 41-802-25; die Online-Dokumentation „Kunstsommer“ wurde unter der Vergabe-Nr. 41-811/22 beauftragt.

¹ Aus der Rückmeldung der TriWiCon („Fehlanzeige“) ist weder positiv noch negativ ersichtlich, ob diese auch die WICM umfassen soll.

² Aus der Rückmeldung der ELW („Fehlanzeige“) ist weder positiv noch negativ ersichtlich, ob diese auch die MBA umfassen soll.

³ Aus der Rückmeldung der SEG („Fehlanzeige“) ist weder positiv noch negativ ersichtlich, ob diese auch die EGM umfassen soll.

- Beim Eigenbetrieb mattiaqua wurden die genannten Leistungen im Rahmen formaler Vergabeverfahren vergeben (Social-Media-Betreuung: Vergabeverfahren 2021-fV-ma-SM; Website/App-Entwicklung: Vergabeverfahren 2019-fV-ma-WWW).
- Die Einführung des Online-Antrags für die Schülerbeförderung (Amt 40) wurde im Wege einer freihändigen Vergabe mit der Vergabenummer 40-028/19 beauftragt.

Bei den städtischen Gesellschaften WiBau und SEG basierten die neuen Webauftitt-Projekte ebenfalls auf vorherigen Ausschreibungen / Erfahrungswerten; so wurde z. B. der für die Wi-Bau-Webseiten beauftragte Dienstleister als Bestbieter einer früheren Ausschreibung ermittelt.

Für regelmäßig geschaltete Online-Stellenanzeigen lagen die einzelnen Auftragswerte üblicherweise unterhalb der einschlägigen Schwellenwerte, sodass in diesen Fällen keine eigenständigen öffentlichen Ausschreibungen erforderlich waren (die Beauftragung erfolgte hier zu meist direkt bzw. über bestehende Rahmenvereinbarungen, ohne Veröffentlichungsnummer).

Nachgemeldet wurden zu diesem Thema durch das Dezernatsbüro II sowie den zugeordneten Stabstellen:

- Für das Projekt „Industrie in der Innenstadt 2024 erfolgte die Vergabe unter der Nr. 02-815-23, welche das Eventmanagement sowie die Entwicklung und Umsetzung der Marketing- und Kommunikationskampagne für Industrie in der Innenstadt 2024 umfasste. In dieser Vergabe sind Leistungen enthalten für die Konzeptionsentwicklung, Programmierung, das Hosting, den redaktionellen Aufbau des digitalen Zwillings „wiworklife-app“ inkl. Recherchen zu Jobprofilen und Erstellung von Kurzprofilen der Aussteller. Ferner die Entwicklung von Anzeigenmotiven und die Schaltung von Anzeigen in verschiedenen Medien (VRM-Verlag, STUZ).
- Die Beauftragung der Verlage bzw. google-ads erfolgte durch Eibes Design im Rahmen des Auftrags unter der Vergabenummer 02-815-23, die Kosten hierfür wurden vom Dienstleister weiterberechnet.
- Die Veröffentlichung des Termins im Stellenportal der Goethe-Uni Frankfurt/Career-Service bewegte sich unterhalb einer Ausschreibungsschwelle und wurde direkt vergeben.
- Für das Projekt „Industrie in der Innenstadt 2025 erfolgte die Vergabe unter der Nr. 02-817-25, welche das Eventmanagement sowie die Entwicklung und Umsetzung der Marketing- und Kommunikationskampagne für Industrie in der Innenstadt 2025 umfasste. In dieser Vergabe sind Leistungen enthalten für das Gestaltungskonzept und die Umsetzung, das Eventmanagement sowie für die Entwicklung und Umsetzung eines Marketing- und Kommunikationskonzepts.
- Für das Projekt „LaW Mindset-Kampagne“ erfolgt die Vergabe unter der Nr. 02-811-25, zum Aufbau und Umsetzung einer Big Story Wiesbaden Kampagne und Darstellung der Projekte in der Innenstadt.

Zu c)

Die im Rahmen der beauftragten Online-Mediendienstleistungen erbrachten Leistungen umfassten im Wesentlichen Maßnahmen der digitalen Öffentlichkeitsarbeit, des Personalmarketings sowie der fortlaufenden Pflege und Weiterentwicklung bestehender Online-Angebote. Dazu gehören die Konzeption, Gestaltung und technische Umsetzung von Internetauftritten sowie deren Betreuung, Wartung und redaktionelle Pflege. Ebenfalls umfasst sind die Erstellung und Betreuung digitaler Informations-, Beteiligungs- und Servicelösungen, die der Ver-

mittlung städtischer Inhalte und Dienstleistungen dienen. Darüber hinaus wurden Online-Marketingmaßnahmen, Social-Media-Aktivitäten und bezahlte Beiträge auf gängigen Plattformen umgesetzt, um städtische Projekte, Veranstaltungen und Kampagnen einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Ein weiterer Leistungsbereich betrifft die Veröffentlichung von Stellenanzeigen und die Durchführung digitaler Recruiting Kampagnen auf einschlägigen Online-Portalen und in sozialen Netzwerken zur gezielten Personalgewinnung. Ergänzend wurden in einzelnen Fällen redaktionelle Kooperationen und Medienpartnerschaften mit Online-Plattformen und Multiplikatoren geschlossen, um die Reichweite und Sichtbarkeit der städtischen Kommunikation im digitalen Raum zu erhöhen.

Zu d)

Die Auswahl der Dienstleister erfolgte jeweils nach den geltenden vergaberechtlichen und verwaltungsinternen Vorschriften. Grundsätzlich wurden Aufträge im Rahmen formaler Vergabeverfahren oder auf Basis von Preis- und Angebotsvergleichen vergeben. Maßgebliche Kriterien waren dabei das wirtschaftlichste Gesamtangebot unter Berücksichtigung der fachlichen Eignung, der Qualität und Plausibilität des Konzeptes, einschlägiger Referenzen sowie des Preis-Leistungs-Verhältnisses. In Fällen, in denen ein bestehender Rahmenvertrag oder eine laufende Kooperation bestand, erfolgte die Beauftragung im Rahmen dieser Vereinbarungen. Bei beschränkten oder freihändigen Vergaben wurden mehrere Anbieter zur Angebotsabgabe aufgefordert, wobei die Auswahl auf Grundlage fachlicher, technischer und wirtschaftlicher Erwägungen getroffen wurde. Zudem wurden datenschutzrechtliche Vorgaben, methodische Nachweise zur Erfolgsmessung sowie Erfahrungen im Bereich digitaler Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit berücksichtigt. Ziel der Auswahlverfahren war in allen Fällen die Sicherstellung einer sachgerechten, effizienten und transparenten Vergabeentscheidung.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Hendrik Schmehl