

Darmstadt

Erfolgreiche Kommunikationsstrategie

[15.09.2025] Sozialen Medien kommt im Kommunikationsmix der Stadt Darmstadt eine wichtige Rolle zu. Um die Social-Media-Präsenz auszubauen, ist zum Beispiel die Einführung weiterer Kanäle wie LinkedIn oder TikTok geplant. Zudem will die Stadt einen Newsroom etablieren.

Eine Kleine Anfrage der Grünen-Stadtverordnetenfraktion hat [Darmstadts](#) Oberbürgermeister Hanno Benz dazu genutzt, die Kommunikations- und Social-Media-Strategie der Wissenschaftsstadt detailliert zu erläutern.

Die Stadt hatte Anfang 2024 das Amt für Kommunikation gegründet und damit einen umfassenden Transformationsprozess der kommunalen Öffentlichkeitsarbeit eingeleitet. „Dieser Prozess war dringend geboten, ist sehr umfänglich und hält weiter an“, erläutert der OB.

Durch die Umstrukturierung der Pressestelle zum Amt für Kommunikation seien erste erfolgreiche Schritte umgesetzt worden: So prüfe das Amt die bestehenden Strukturen auch in den weiteren Ämtern und Abteilungen der Stadtverwaltung. Langfristig soll nach Angaben der Stadt Darmstadt ein Newsroom etabliert werden, um von kanalgesteuerter zu themenfokussierter Kommunikation zu kommen. Dabei spielten soziale Kanäle eine ebenso große Rolle wie klassische Kanäle und die direkte Kommunikation mit den Bürgerinnen und Bürgern.

Ziel sei es, Social Media als selbstverständlichen Teil der städtischen Kommunikationsarbeit zu etablieren – sei es für den Bürgerdialog, Beiträge über kommunalpolitische Entscheidungen und städtische Maßnahmen, Service-Informationen der Verwaltung oder die schnelle und direkte Kommunikation im Krisenfall. „Deshalb wird die Wissenschaftsstadt Darmstadt ihre Social-Media-Präsenz ausbauen, zum Beispiel auf LinkedIn, und die Einführung weiterer Kanäle wie TikTok prüfen“, kündigt Oberbürgermeister Benz an. Jüngst sei bereits der WhatsApp-Kanal der Wissenschaftsstadt Darmstadt an den Start gegangen.

(bw)

Stichwörter: Social Media, Darmstadt, LinkedIn, TikTok, WhatsApp