



Parlamentarischer Vorstoss

Vorstoss-Nr.:	248-2025
Vorstossart:	Interpellation
Richtlinienmotion:	<input type="checkbox"/>
Geschäftsnummer:	2025.GRPARL.519
Eingereicht am:	10.09.2025
Fraktionsvorstoss:	Nein
Vorstoss Ratsorgan:	Nein
Eingereicht von:	Grosjean (Bern, GLP) (Sprecher/in)
Weitere Unterschriften:	0
Dringlichkeit verlangt:	Nein
Dringlichkeit gewährt:	
RRB-Nr.:	vom
Direktion:	Staatskanzlei
Klassifizierung:	Nicht klassifiziert

Entwicklungen im Bereich Kommunikation des Kantons Bern

In der Winterssession 2013 wurde eine Interpellation eingereicht mit dem Titel «Kommunikationsetwtrüsten statt Konzentration auf das Notwendige?» (2013.RRGR.1224). Insbesondere wurde die Frage nach Aufwand und Ertrag des Einsatzes sozialer Medien aufgeworfen. Seither hat sich die Welt der Medien stark weiterentwickelt. Die herkömmliche Tagespresse kämpft weiter mit Umsatzeinbussen, sowohl bei den Einnahmen aus Abonnements als auch bei den Werbeeinnahmen. Lineares Fernsehen wurde in der Schweiz inzwischen von der Norm zur Ausnahme. Die Nutzung sozialer Medien ist definitiv in allen Gesellschaftsschichten und Altersklassen angekommen, was auch die Geschwindigkeit der Kommunikation beschleunigt hat. Einige Social-Media-Plattformen sind seit 2013 komplett verschwunden (z. B. Google Plus, MySpace), andere haben an Einfluss oder Glaubwürdigkeit verloren (z. B. X, Facebook) und weitere haben an Wichtigkeit gewonnen oder sind neu hinzugekommen (z. B. Instagram, TikTok, Snapchat, WhatsApp).

Es stellt sich daher die Frage, wie sich diese Entwicklungen insbesondere auf den Ressourceneinsatz im Bereich Kommunikation des Kantons Bern ausgewirkt haben.

Der Regierungsrat wird um Beantwortung folgender Fragen gebeten:

1. Wie haben sich die Personalressourcen von KomBE seit 2013 verändert (in VZE)?
2. Wie hat sich der Personalbestand in der Kommunikation ausserhalb von KomBE verändert?
3. Welche neuen Medienkanäle bedient KomBE seit 2013 zur öffentlichen Kommunikation?
4. Über welche öffentlichen Medienkanäle kommuniziert KomBE seit 2013 nicht mehr?

5. Wie viele Personen folgen den jeweiligen Social-Media-Kanälen, die von KomBE betrieben werden?
6. Wie hoch sind im Jahr 2025 durchschnittlich die unterschiedlichen Interaktionsraten (Likes, Kommentare, Shares) pro Post pro von KomBE bedientem Social-Media-Kanal?
7. Wie definiert KomBE die unterschiedlichen Zielgruppen pro Kommunikationskanal?
8. Ist wegen den vorliegenden Nutzerdaten, aufgrund der Verschiebung der Relevanz und Glaubwürdigkeit einzelner Plattformen und/oder zur Fokussierung der vorhandenen Personalressourcen bei KomBE, das Einstellen bestimmter Kommunikationskanäle vorgesehen und weshalb oder weshalb nicht?
9. Wie ordnet der Regierungsrat das Kosten-Nutzen-Verhältnis der Kommunikationstätigkeiten von KomBE insgesamt und vor allem hinsichtlich der Social-Media-Kanäle ein?

Verteiler

- Grosser Rat