



Parlamentarischer Vorstoss

Antwort des Regierungsrates

Vorstoss-Nr.:	248-2025
Vorstossart:	Interpellation
Richtlinienmotion:	☐
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.:	45/2026 vom 21. Januar 2026
Direktion:	Staatskanzlei
Klassifizierung:	Nicht klassifiziert

Entwicklungen im Bereich Kommunikation des Kantons Bern

In der Winterssession 2013 wurde eine Interpellation eingereicht mit dem Titel «Kommunikationsetrüsten 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?

Antwort des Regierungsrates

Die Verwaltung und die Regierung des Kantons Bern informieren die Öffentlichkeit über ihre Tätigkeit und schaffen damit die Grundlage für eine freie Meinungsbildung, wie dies im Gesetz über die Information und die Medienförderung (IMG; BSG 107.1) festgeschrieben ist. Das Amt für Kommunikation (KomBE) ist für die Behörden- und für die Regierungskommunikation zuständig.

Die Fragen des Interpellanten fokussieren fast ausschliesslich auf Social-Media-Kanäle. Aus Sicht des Regierungsrates ist es im Zusammenhang mit den folgenden Erläuterungen zum Personalbestand jedoch wichtig, auf Basis von Art. 13 der Verordnung über die Organisation und die Aufgaben der Staatskanzlei (OrV STA) den gesamten Kontext der staatlichen Kommunikation des Kantons Bern zu erfassen und dabei zu berücksichtigen, dass z.B. auch der Dienst für Aussenbeziehungen (DAB) ebenfalls ein wesentlicher Bestandteil davon ist: Das Amt für Kommunikation (KomBE)

- berät den Regierungsrat in Fragen der gesamtstaatlichen und der strategischen Kommunikation;
- berät und unterstützt die Direktionen, die Staatskanzlei und die Ämter in ihrer Kommunikationsarbeit;
- ist die zentrale Ansprechstelle für die Medienarbeit der Regierung, der Verwaltung und des Parlaments und steuert die Gesamtkommunikation des Kantons (inklusive Abstimmungsinformationen);
- bewirtschaftet das kantonale Internetportal, die Internetauftritte des Regierungsrates, des Grossen Rates, der Staatskanzlei und weitere Websites (inklusive E-Services und webspezifische Digitalisierungsprojekte);
- führt die gesamtkantonalen Social-Media-Kanäle und weitere digitale Kommunikationskanäle;
- stellt das Einhalten der kantonalen Gestaltungsrichtlinien sicher;
- produziert und publiziert interne Informationen mit direktionsübergreifendem Charakter;
- unterstützt das kantonale Führungsorgan in der Krisenkommunikation bei besonderen und ausserordentlichen Lagen;
- koordiniert die Aussenbeziehungen des Kantons Bern (Dienst für Aussenbeziehungen, DAB);
- ist fachverantwortlich für kantonale Massnahmen zur indirekten Medienförderung.

Damit Informationen ankommen, müssen sie kanal-, zielgruppen-, und bedarfsgerecht sowie zweisprachig aufbereitet werden. Bedarfsgerecht bedeutet für den Kanton Bern, sich konsequent an den Anforderungen der Integrierten Kommunikation auszurichten und Informationen möglichst multimedial zu vermitteln. Dabei sollen nach Möglichkeit auch die besonderen Bedürfnisse von Menschen mit Beeinträchtigungen sowie das in der Kantonsverwaltung geltende digitale Primat berücksichtigt werden.

Der mediale Wandel und die Veränderungen des Informationskonsums wirken sich auf die Erwartung der Menschen an die gesamtsstaatliche Kommunikation aus. KomBE nutzt Kanäle und setzt Massnahmen um, damit die Öffentlichkeit sachgerecht, umfassend, klar und rasch informiert wird. Als Basis für die tägliche Informations- und Kommunikationsarbeit des Kantons dienen die Leitlinien der Behörden- und Regierungskommunikation.

Vor diesem Hintergrund beantwortet der Regierungsrat die Fragen wie folgt:

1. *Wie haben sich die Personalressourcen von KomBE seit 2013 verändert (in VZE)?*

Die Soll-Beschäftigungsgrade von KomBE haben sich wie folgt verändert:

Stichdatum	VZE	Bemerkungen
1.1.2026	17,0	Aufstockung für neue Aufgaben im Zusammenhang mit dem neuen Intranet des Kantons (neue gesamtkantonale Rolle «Redaktionsverantwortung») zulasten anderer Bereiche von KomBE sowie verschiedener Ämter der STA
1.1.2025	16,1	
1.1.2024	16,1	
1.1.2023	16,1	Aufstockung für neue Aufgaben im Bereich Multimedia-Produktion zulasten anderer Bereiche von KomBE sowie verschiedener Ämter der STA
1.1.2022	15,9	Transfer Stelle «Fachverantwortliche/r Internet» vom KAIO zu KomBE (1 Person)
1.1.2021	14,9	
1.1.2020	14,9	
1.1.2019	14,9	
1.1.2018	14,9	
1.1.2017	14,9	
1.1.2016	14,9	
1.1.2015	14,9	
1.1.2014	14,9	Transfer des Dienstes für Aussenbeziehungen (DAB) vom damaligen Amt für Sprachen und Rechtsdienst zu KomBE (4 Personen)

Stichdatum	VZE	Bemerkungen
1.1.2013	11,6	

Zu dieser Übersicht ist anzumerken, dass sich die Aufgaben der Mitarbeitenden im Amt für Kommunikation stetig weiterentwickeln und an neue Anforderungen anpassen, wobei diese Anpassungen meistens innerhalb der bestehenden VZE erfolgen. So haben z.B. die Kommunikationsberaterinnen und -berater in den letzten Jahren neben der Medienkommunikation zunehmend Aufgaben im Bereich Social Media übernommen. Sie sind also z.B. weiterhin für die Redaktion von Medienmitteilungen oder die Organisation von Medienkonferenzen zuständig, erstellen aber auch Beiträge für die Social-Media-Kanäle.

Sie und die Mitarbeitenden im Backoffice haben zudem das Community Management aufgebaut; das heisst, sie sind laufend für das Monitoring und die Bearbeitung von Kommentaren sowie für die Beantwortung von Fragen auf Social Media zuständig.

Zudem wurden über die Jahre personelle Ressourcen im Bereich Backoffice und beim Dienst für Aussenbeziehungen (DAB) reduziert, um damit Ressourcen für die Multimedia-Produktion (inkl. Livestreaming von Medienkonferenzen) freizuspielen. Zuletzt hat KomBE zudem zusätzliche Aufgaben in der internen Kommunikation übernommen, wofür ebenfalls keine neuen VZE geschaffen, sondern freiwerdende VZE aus anderen Ämtern der STA verwendet wurden.

2. *Wie hat sich der Personalbestand in der Kommunikation ausserhalb von KomBE verändert?*

Der Regierungsrat geht davon aus, dass mit «ausserhalb von KomBE» die personellen Ressourcen gemeint sind, die zusätzlich in den einzelnen Direktionen und Ämtern für die politische Öffentlichkeitsarbeit, Medienarbeit, Informationsanlässe oder weitere direktions- oder amtsspezifische interne und externe Kommunikationsmassnahmen zur Verfügung stehen.

Die Entwicklung über die vergangenen zwölf Jahre ist nicht im Detail nachvollziehbar und aufgrund unterschiedlicher Kriterien, die zur Schätzung des Mengengerüsts angewendet werden, über alle Direktionen hinweg schwierig zu vergleichen. Die nachfolgende Übersicht basiert auf einer im Zusammenhang mit der vorliegenden Interpellation von KomBE durchgeführten Umfrage unter allen Direktionen. Sie gibt einerseits gewisse Hinweise auf das geschätzte Mengengerüst an Mitarbeitenden, die in den Direktionen spezifisch Kommunikationsaufgaben wahrnehmen, zeigt andererseits aber auch die sehr unterschiedlichen Organisationsformen. So verzichten mehrere Direktionen auf eigene Kommunikationsabteilungen und stützen sich in erster Linie auf die Dienstleistungen von KomBE. Medienanfragen beantworten einzelne Regierungsmitglieder teilweise selbstständig, oder sie werden im Auftrag der Regierungsmitglieder von Mitarbeitenden ihrer Generalsekretariate oder den jeweiligen Amtsvorstehenden beantwortet. Zu fachlichen oder projektspezifischen Fragen geben punktuell auch einzelne Fachpersonen in den Ämtern Auskunft. Bei grossen Projekten wird zudem – aufgrund des Aufwands und des befristeten Zeitraums der benötigten Ressourcen – teilweise auf die Dienstleistungen externer Agenturen zurückgegriffen.

Nur vereinzelt berücksichtigt sind in dieser Übersicht zudem die Ressourcen, die für die interne Kommunikation wie z.B. die Bewirtschaftung des Intranets oder interne Projektkommunikation aufgewendet werden. Solche Aufgaben sind in den Direktionen in der Regel

themen- oder projektbezogen auf mehrere Mitarbeitende verteilt und lassen sich deshalb summarisch nicht ausweisen.

DIR	VZE 2013	VZE 2025
BKD	2,0	3,0
BVD	0,0	0,0
DIJ	0,3	0,6
FIN	1,2	1,5
GSI	1,0	1,8 ¹
SID ²	0,0	3,5
WEU	2,3	2,3

3. *Welche neuen Medienkanäle bedient KomBE seit 2013 zur öffentlichen Kommunikation?*

Zu den bereits 2013 bestehenden Kanälen wie Medienkommunikation, Internet, Intranet, Events und Social Media (Twitter, Facebook, YouTube) sind zwei zusätzliche Social-Media-Kanäle hinzugekommen: Instagram (im November 2018) und WhatsApp (im Februar 2025).

2024 hat KomBE zudem das «News-Abo» eingeführt – eine Anwendung, die es Interessierten ermöglicht, massgeschneidert nach Direktionen, Ämtern oder Themen alle aktuell publizierten News-Meldungen und Medienmitteilungen automatisch als E-Mails zugeschickt zu erhalten.

4. *Über welche öffentlichen Medienkanäle kommuniziert KomBE seit 2013 nicht mehr?*

Nach rund drei Jahren wurde im Februar 2015 der kantonale Kanal auf Google+ mangels Reichweite eingestellt. Google+ als Plattform hatte sich bei der Bevölkerung nicht etablieren können und wurde 2019 ganz eingestellt.

Von Februar 2021 bis Juni 2022 kommunizierte KomBE zudem im Rahmen eines Pilotversuchs auf einem spezifisch auf junge Bernerinnen und Berner ausgerichteten Instagram-Kanal («be.stimme» / «Bärn c'est nous»). Nach einem entsprechenden Regierungsbeschluss wurde der Kanal der Hochschule der Künste übergeben. Er wird seitdem von ihr unter wechselnden Namen für Projekte der politischen Bildung und Mitwirkung verwendet.

5. *Wie viele Personen folgen den jeweiligen Social-Media-Kanälen, die von KomBE betrieben werden?*

Es ist wichtig, vorab festzuhalten, dass die blossе Anzahl der Follower auf Social-Media-Kanälen heutzutage nicht mehr der alleinige Massstab für den Erfolg von Kommunikationsmassnahmen ist. So kann ein Kanal viele Follower haben, aber nur wenig Wirkung erzielen, wenn seine Inhalte für die Community irrelevant sind und vom Algorithmus der jeweiligen Plattform nicht weiterverbreitet werden. Plattformen wie Instagram, Facebook oder X priorisieren Inhalte nicht nach Follower-Zahlen, sondern vor allem nach Interaktionshäufigkeit

¹ Die ausgewiesene Erhöhung der VZE ist auf die Zeitspanne 2024-2027 befristet.

² SID ohne Kantonspolizei. Diese verfügt aktuell über 14,5 VZE für die Kommunikation (2013: 10,3)

und Relevanz. Das bedeutet, dass auch Kanäle mit weniger Followern durch hohe Interaktionsraten und relevante Inhalte eine vergleichbare oder sogar bessere Reichweite erzielen können als Kanäle mit grossen Follower-Zahlen.

Bei den gesamtkantonalen Social-Media-Kanälen sehen die Follower-Zahlen wie folgt aus:

Sprache	Kanal	Anzahl Follower per 31.10.2025
zweisprachig	Instagram	16 412
deutsch	X	13 941
	Facebook	10 050
	Youtube	2030
	WhatsApp	5839
französisch	X	2109
	Facebook	2919
	Youtube	438
	WhatsApp	1350

6. *Wie hoch sind im Jahr 2025 durchschnittlich die unterschiedlichen Interaktionsraten (Likes, Kommentare, Shares) pro Post pro von KomBE bedientem Social-Media-Kanal?*

Da jede Social-Media-Plattform Interaktionsraten auf unterschiedliche Weise berechnet, sind die Zahlen zwischen den Kanälen nicht vergleichbar. KomBE nimmt eine über die Zeit möglichst stabil hohe Interaktionsrate auf Instagram und Facebook als Hinweis auf die Relevanz seiner Inhalte. X und WhatsApp hingegen werden vorrangig für die einseitige Informationsvermittlung genutzt, wobei Interaktionen eine untergeordnete Rolle spielen. Auf WhatsApp beschränken sich die Interaktionen auf Grund fehlender weiterer Funktionalitäten in der Regel auf weniger komplexe Engagement-Formen (z.B. «Gefällt mir»-Angaben).

Zusätzlich zu den Interaktionsraten sind auf allen Kanälen die Reichweite – sowohl insgesamt als auch pro Post – wichtige Indikatoren, um die Relevanz und den Erfolg der Kommunikation zu messen. Diese Reichweitenwerte bieten wertvolle Erkenntnisse darüber, wie gut die Inhalte bei der Zielgruppe ankommen.

Die Interaktionsraten bei den gesamtkantonalen Social-Media-Kanälen sind wie folgt:

Sprache	Kanal	Interaktionsrate pro Post in % im Zeitraum 01.01. – 30.10.2025
zweisprachig	Instagram	3.0
deutsch	X	7.1
	Facebook	2.3

	YouTube	k.A.
	WhatsApp	0.7
französisch	X	7.2
	Facebook	0.8
	YouTube	k.A.
	WhatsApp	1.8

Lesebeispiel: Die Interaktionsrate bei Instagram wird im Verhältnis zur Reichweite eines Beitrags gemessen. Erhält ein Beitrag mit einer Reichweite von 10 000 zum Beispiel 300 Interaktionen (Likes, Comments, Shares, Reposts), beträgt seine Interaktionsrate 3 %.

7. *Wie definiert KomBE die unterschiedlichen Zielgruppen pro Kommunikationskanal?*

KomBE definiert die Zielgruppen für die einzelnen Social-Media-Kanäle sorgfältig unter Berücksichtigung von sozio-demografischen Faktoren sowie der Beobachtungen der Interaktionen auf den Kanälen. KomBE überprüft regelmässig die Wirksamkeit der Zielgruppenansprache auf allen Kanälen und passt die Kommunikationsstrategie entsprechend an, um sicherzustellen, dass die Inhalte die richtigen Zielgruppen erreichen und eine maximale Wirkung entfalten.

Instagram und Facebook richten sich an die gesamte Berner Bevölkerung, wobei der Fokus auf einer breiten Ansprache liegt, die auch weniger news-affine Personen umfasst. Auf Instagram liegt der Schwerpunkt auf einer eher jüngeren Zielgruppe im Alter von 25 bis 50 Jahren, die tendenziell an visuellen und interaktiven Inhalten interessiert ist. Facebook hingegen erreicht verstärkt ältere Zielgruppen im Alter von 40 bis 70 Jahren, die häufiger an ausführlicheren, textorientierten Informationen und Diskussionen interessiert sind.

Der WhatsApp-Kanal richtet sich gezielt an eine news-affine Zielgruppe, die aktuelle und relevante Informationen in direkter, weniger interaktiver Form bevorzugt. Dies umfasst vor allem Menschen, die sich für schnelle Updates und Nachrichten interessieren, aber weniger an längeren Diskursen oder interaktiven Diskussionen teilnehmen.

Auf X werden vor allem politische Akteure, Medienschaffende sowie Expertinnen und Experten angesprochen.

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?*

KomBE hat im Rahmen des Gesetzes über die Information und die Medienförderung (IMG) den Auftrag, die Bevölkerung umfassend und aus vertrauenswürdiger Quelle zu informieren. Dies erfordert eine breit angelegte und über längere Frist kontinuierliche Kommunikation, die auf eine möglichst grosse Zahl von Kanälen ausgerichtet ist, damit die Bernerinnen und Berner dort erreicht werden, wo sie sich informieren.

Um diesem Auftrag gerecht zu werden, überprüft KomBE kontinuierlich die Relevanz und

Effektivität der verschiedenen Kommunikationskanäle. Diese werden regelmässig hinsichtlich ihrer Wirkung und Reichweite analysiert und gegebenenfalls angepasst, um sicherzustellen, dass KomBE mit den vorhandenen Ressourcen eine effiziente und wirkungsvolle Kommunikation sowohl nach innen als auch nach aussen gewährleisten kann.

Die Entwicklungen und Veränderungen auf den einzelnen Kommunikationsplattformen werden dabei kontinuierlich ausgewertet. Es wird regelmässig überprüft, wie die Nutzung dieser Kanäle den Bedürfnissen der Bevölkerung entspricht und ob sie noch die gewünschte Reichweite und Glaubwürdigkeit erzielen. Sollte es zu einer Verschiebung der Relevanz kommen – etwa durch veränderte Gewohnheiten der Nutzenden oder die Einführung neuer Technologien –, passt KomBE seine Kommunikationsstrategie entsprechend an.

Aktuell wird die vorhandene Personalressourcenstruktur als ausreichend eingeschätzt, um eine wirksame Kommunikation zu gewährleisten. Ein Einstellen bestimmter Kanäle ist derzeit nicht vorgesehen, da die vorhandenen Ressourcen effizient genutzt werden, um eine breite und zielgerichtete Ansprache der Bevölkerung zu erreichen.

9. *Wie ordnet der Regierungsrat das Kosten-Nutzen-Verhältnis der Kommunikationstätigkeiten von KomBE insgesamt und vor allem hinsichtlich der Social-Media-Kanäle ein?*

Die Kommunikationstätigkeiten von KomBE, einschliesslich der Social-Media-Kanäle, werden vom Regierungsrat insgesamt als effizient und zielgerichtet eingestuft. Die eingesetzten Ressourcen werden optimal genutzt, um eine breite und zielgerichtete Ansprache der Bevölkerung und weiterer Zielgruppen zu gewährleisten. Besonders im Bereich Social Media wird das gute Kosten-Nutzen-Verhältnis durch die für Behördenkommunikation verhältnismässig hohe Reichweite und Interaktion mit den Bürgerinnen und Bürgern deutlich. KomBE erfüllt seinen gesetzlichen Informationsauftrag unter Berücksichtigung der verfügbaren Mittel professionell und ressourcenschonend.

Verteiler

– Grosser Rat