

Nachkontrolle: Öffentlichkeitsarbeit des Bundes

Bericht der Geschäftsprüfungskommission des Nationalrates

vom 26. Juni 2026

Die GPK-N möchte an dieser Stelle André Simonazzi (1968–2024) würdigen. Der während dieser Nachkontrolle verstorbene Bundesratssprecher und Vizekanzler des Bundes (2009–2024) war in den vergangenen 15 Jahren eine prägende Persönlichkeit in der Kommunikation der Bundesverwaltung.

Das Wichtigste in Kürze

Die Geschäftsprüfungskommission des Nationalrates (GPK-N) präsentiert im vorliegenden Bericht ihre abschliessende Beurteilung der Umsetzung der sieben Empfehlungen zuhänden des Bundesrates, die sie 2019 im Rahmen ihrer Inspektion über die Öffentlichkeitsarbeit des Bundes formulierte.

Die GPK-N zieht insgesamt eine positive Bilanz der Umsetzung ihrer sieben Empfehlungen von 2019. Sie hält fest, dass der Bundesrat, die Departemente und die Verwaltungseinheiten seit der Veröffentlichung des vorherigen GPK-Berichts verschiedene Massnahmen ergriffen haben, mit denen die Einheitlichkeit, die Wirksamkeit und die Transparenz der Öffentlichkeitsarbeit des Bundes gestärkt wurden. Bei einigen Punkten sieht die Kommission allerdings noch Optimierungspotenzial.

Konkret begrüsst die GPK-N die Massnahmen zur Förderung des Austauschs innerhalb der Bundesverwaltung und zur Nutzung der Querschnittskompetenzen in Sachen Öffentlichkeitsarbeit (Empfehlungen 1 und 2). Sie hält insbesondere fest, dass die Koordinationsrolle der Konferenz der Informationsdienste des Bundes (KID) gestärkt wurde und ein der Bundeskanzlei (BK) angegliedertes, zentralisiertes, audiovisuelles Zentrum geschaffen wurde. Optimierungspotenzial sieht sie hingegen noch bei der Beteiligung der Departemente am Austausch in der KID und bei der Formalisierung der Rolle des Webforums Bund. Sie ersucht den Bundesrat, dafür zu sorgen, dass die Wirkung der KID und deren Rolle als Austauschplattform noch weiter verstärkt werden, und die Möglichkeit zu prüfen, das Mandat und die Leitlinien des Webforums Bund in einem formellen Dokument festzuhalten.

Im Weiteren nimmt die GPK-N erfreut zur Kenntnis, dass inzwischen alle Departemente über Kommunikationskonzepte verfügen, die Mindestvorgaben für die wichtigsten Aspekte der Öffentlichkeitsarbeit enthalten (Empfehlung 3). Diese Leitlinien sollen einerseits eine einheitliche Kommunikation der Bundesbehörden sicherstellen und andererseits die Autonomie der Departemente in Sachen Öffentlichkeitsarbeit wahren. Bei der Vereinheitlichung der Kommunikation der Bundesbehörden besteht aus Sicht der Kommission allerdings noch Optimierungspotenzial. Sie ersucht den Bundesrat deshalb, in der Bundesverwaltung die gemeinsame Nutzung von technischen Systemen zu fördern und dafür zu sorgen, dass alle Personen, die in der Öffentlichkeitsarbeit des Bundes tätig sind, für den Inhalt der Referenzdokumente der KID und der BK sensibilisiert werden.

Die GPK-N hält im Weiteren fest, dass verschiedene Massnahmen zur verstärkten Digitalisierung der periodisch erscheinenden Publikationen des Bundes ergriffen wurden (Empfehlung 4), ohne dass dies negative Auswirkungen auf den Inhalt der Kommunikationsprodukte hatte. Sie begrüsst in diesem Zusammenhang, dass sich das Bundesamt für Bauten und Logistik (BBL) im Hinblick auf die Anpassung an die Entwicklung des Medienkonsumverhaltens regelmässig mit den betroffenen Einheiten über das Format der Publikationen und die Gewohnheiten des Zielpublikums austauscht.

Die GPK-N nimmt ferner zur Kenntnis, dass – mit der Verabschiedung der Strategie «soziale Medien» im Jahr 2021 – bei der Nutzung der sozialen Medien durch den

Bund seit 2019 eine wichtige Entwicklung stattgefunden hat (Empfehlung 5). Sie hält zudem fest, dass die Departemente und die BK ihre Social-Media-Aktivitäten und deren Wirkung überwachen und regelmässig evaluieren. Allerdings erachtet sie es als notwendig, dass sich die Departemente auf die Häufigkeit dieser Evaluationen einigen und dass Synergien bei den zum Einsatz kommenden Analyse-Tools genutzt werden. Besonders wichtig ist nach Ansicht der Kommission, dass der Bundesrat und die BK die Entwicklungen im Zusammenhang mit den ethischen und sicherheitstechnischen Herausforderungen aufmerksam verfolgen und nötigenfalls das einschlägige Recht oder die Strategie «soziale Medien» anpassen.

Darüber hinaus hält die GPK-N fest, dass der Bundesrat die Entwicklung der Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit aufmerksam verfolgt (Empfehlungen 6 und 7). Die jüngsten Krisen, die der Bund zu bewältigen hatte, – namentlich die Covid-19-Pandemie – hatten erhebliche Auswirkungen auf dessen Öffentlichkeitsarbeit. Die Kommission begrüsst die Massnahmen, die zur Bewältigung der zusätzlichen Aufgaben ergriffen wurden, namentlich die befristete Anstellung von weiterem Personal. Gleichzeitig hält sie fest, dass der Bundesrat ein besonderes Augenmerk darauf richtete, die Kommunikationstätigkeit nach der Krise wieder zu redimensionieren. Sie hat in diesem Zusammenhang auch Kenntnis genommen vom Konzept zur Umsetzung der Mittelkürzungen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit, welche der Bundesrat am 27. Mai 2026 im Finanzplan 2027–2029 beschlossen hat. Dieser Beschluss setzt den Entscheid des Parlaments über Querschnittskürzungen beim Bund um.

Gestützt auf die zusammengetragenen Informationen hat die GPK-N beschlossen, ihre Arbeiten in diesem Dossier abzuschliessen. Nach Ansicht der GPK-N wird die Bundesverwaltung in den kommenden Jahren zahlreiche Herausforderungen in Sachen Öffentlichkeitsarbeit zu bewältigen haben. Die Zunahme bereichsübergreifender Krisen und die zahlreichen neuen Risiken im Zusammenhang mit der Digitalisierung der Kommunikation zeigen, wie wichtig es ist, dass sich der Bund auf die Weiterentwicklung von zuverlässigen offiziellen Informationskanälen konzentriert.

Bericht

1 Einleitung

Die Geschäftsprüfungskommission des Nationalrates (GPK-N) präsentiert im vorliegenden Bericht ihre abschliessende Beurteilung der Umsetzung der Empfehlungen, die sie vor sechs Jahren im Rahmen ihrer Inspektion über die Öffentlichkeitsarbeit des Bundes formulierte. Mit diesem Bericht schliesst sie die Nachkontrolle ab, die sie zwischen 2022 und 2025 durchführte.

1.1 Frühere Arbeiten der GPK-N

Die GPK-N veröffentlichte im Oktober 2019 gestützt auf die Ergebnisse einer Evaluation der Parlamentarischen Verwaltungskontrolle (PVK)¹ einen ersten Bericht zu diesem Thema.² Sie zog darin eine insgesamt positive Bilanz der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesverwaltung, erkannte in einigen Punkten aber auch Optimierungspotenzial. Zu diesen Punkten zählten unter anderem die departementsübergreifende Nutzung von bestehendem Know-how, die Nutzung der sozialen Medien und die Kostentransparenz. Die Kommission richtete sieben Empfehlungen an den Bundesrat.

Nach Kenntnisnahme von der Stellungnahme des Bundesrates³ und verschiedenen zusätzlichen Abklärungen schloss die GPK-N ihre Inspektion im Oktober 2020 ab.⁴ Sie zeigte sich erfreut über die Bereitschaft des Bundesrates, ihre Empfehlungen umzusetzen, wies aber auf einige Punkte hin, die in ihren Augen noch offen waren, namentlich betreffend die Austauschstrukturen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit (Empfehlung 1), die periodisch erscheinenden Publikationen der Bundesverwaltung (Empfehlung 4) und die Kontrolle der Kostenentwicklung (Empfehlung 6).

1.2 Nachkontrolle

Im Juni 2022 leitete die GPK-N die Nachkontrolle zu ihrer Inspektion ein, um zu überprüfen, inwieweit der Bundesrat ihre Empfehlungen von 2019 umgesetzt hatte. Sie beauftragte ihre Subkommission Eidgenössisches Departement des Innern (EDI) / Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation

¹ Öffentlichkeitsarbeit des Bundes, Bericht der PVK vom 3.5.2019 zuhanden der GPK-N (BBl 2020 1153); *im Folgenden: Bericht der PVK von 2019*

² Öffentlichkeitsarbeit des Bundes, Bericht der GPK-N vom 15.10.2019 (BBl 2020 1127); *im Folgenden: Bericht der GPK-N von 2019*

³ Öffentlichkeitsarbeit des Bundes, Stellungnahme des Bundesrates vom 15.1.2020 zum Bericht der GPK-N vom 15.10.2019 (BBl 2020 1203); *im Folgenden: Stellungnahme des Bundesrates von 2020*

⁴ Öffentlichkeitsarbeit des Bundes: GPK-N insgesamt zufrieden mit Umsetzung der Empfehlungen, Medienmitteilung der GPK-N vom 6.10.2020

(UVEK) mit vertieften Abklärungen in dieser Sache.⁵ Die Subkommission unterhielt sich in der Folge mit Delegationen der Bundeskanzlei (BK), der Eidgenössischen Finanzverwaltung (EFV)⁶ und der Logistikbasis der Armee (LBA)⁷. Zudem nahm sie Kenntnis von verschiedenen Schriftstücken, die ihr vom Bundesrat übermittelt worden waren,⁸ und von den aktualisierten Kommunikationskonzepten mehrerer eidgenössischer Departemente⁹.

Parallel zur vorliegenden Nachkontrolle beauftragten die GPK die PVK im Januar 2022 mit einer Evaluation zum sachverwandten Thema *Behördenkommunikation vor Abstimmungen*.¹⁰ Da sich diese thematisch mit den Empfehlungen aus der Inspektion von 2019 über die Öffentlichkeitsarbeit überschneidet, beauftragte die GPK-N die PVK, ihr die Informationen aus der Evaluation zu präsentieren, die für ihre Nachkontrolle relevant sind.¹¹ Diese Informationen sind in der nachfolgenden Beurteilung berücksichtigt. Die GPK-N wurde bei ihrer Nachkontrolle generell von der PVK unterstützt, insbesondere durch die Analyse gewisser Informationen und Dokumente der Bundesverwaltung.

Die verschiedenen Krisen, mit denen der Bund in den vergangenen Jahren konfrontiert war (Covid-19, Ukrainekrieg, Energiekrise), wirkten sich erheblich auf die Öffentlichkeitsarbeit der Bundesverwaltung aus. Einige Departemente mussten ihre Kommunikationsaktivitäten deutlich verstärken. Im Rahmen ihrer Nachkontrolle widmete die GPK-N den Folgen und Lehren dieser Krisen für die Öffentlichkeitsarbeit besondere Aufmerksamkeit. Dieser Aspekt wird unter Ziffer 2.5 vertieft.

Die GPK-N hat ausgehend von den zusammengetragenen Informationen beschlossen, im vorliegenden Bericht ihre abschliessende Beurteilung aus Sicht der parlamentarischen Oberaufsicht darzulegen. Die Analyse der Kommission berücksichtigt die Entwicklungen bis Ende Mai 2026. Der Berichtsentwurf wurde am 22. Mai 2026 allen

⁵ Der Subkommission EDI/UVEK der GPK-N gehören seit Dezember 2023 die Nationalratsmitglieder Thomas de Courten (Präsident), Martine Docourt (seit 11.5.2026), Alois Huber, Matthias Samuel Jauslin, Andreas Meier, David Roth, Gabriela Suter (bis 8.5.2026), Michael Töngi, Bruno Walliser und Priska Wismer-Felder an. Bis Dezember 2023 setzte sie sich aus Thomas de Courten (Präsident), Angelo Barrile, Katja Christ, Alois Huber, Christian Imark, Matthias Samuel Jauslin, Priska Seiler Graf, Lilian Studer und Michael Töngi zusammen.

⁶ Anhörung der BK und der EFV vom 7.9.2023

⁷ Anhörung der LBA vom 20.3.2024

⁸ Schreiben des Bundesrates vom 23.6.2021, 16.8.2023 und 15.3.2024 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

⁹ Kommunikationskonzept des Eidgenössischen Departements für auswärtige Angelegenheiten (EDA) vom März 2025, Kommunikationskonzept des Eidgenössischen Justiz- und Polizeidepartements (EJPD) vom Februar 2025 und Kommunikationsplan des Eidgenössischen Finanzdepartements (EFD) vom Dezember 2023 (*nicht veröffentlicht*); für Details siehe Ziffer 2.2

¹⁰ Der Bericht und die Evaluation zu diesem Thema wurden von der GPK-N im November 2023 veröffentlicht. Siehe *Behördenkommunikation vor Abstimmungen*, Bericht der GPK-N vom 21.11.2023 (BBI 2024 64); *Behördenkommunikation vor Abstimmungen*, Bericht der PVK vom 19.6.2023 zuhanden der GPK-N (BBI 2024 65)

¹¹ Arbeitspapier der PVK vom 22.3.2023 zuhanden der Subkommission EDI/UVEK der GPK-N (*nicht veröffentlicht*). Die Informationen der PVK betrafen vor allem die Empfehlungen 1, 2, 3 und 5.

Departementen und der Bundeskanzlei (BK) zur Konsultation unterbreitet. Anschliessend wurde er von der GPK-N verabschiedet und am 26. Juni 2026 dem Bundesrat übermittelt.

Die GPK prüfen gemäss ihrem gesetzlichen Auftrag¹² bei ihrer Oberaufsicht vor allem die Rechtmässigkeit, Zweckmässigkeit und Wirksamkeit der *Geschäftsführung* der Bundesbehörden. Die *finanzielle* Oberaufsicht ist Sache der Finanzkommissionen (FK) und der Finanzdelegation (FinDel). Dementsprechend nimmt die GPK-N im vorliegenden Bericht nicht Stellung zur Angemessenheit der finanziellen Mittel, die den Departementen für ihre Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung stehen (siehe folgender Exkurs). Sie beschränkt sich im Zusammenhang mit den Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit auf zwei Aspekte, die Gegenstand ihrer Empfehlungen von 2019 sind: erstens die Kontrolle der Kostenentwicklung durch den Bundesrat und zweitens die Ausweisung und Kategorisierung der Kosten (siehe Ziff. 2.5).

Exkurs: Budgetbeschlüsse des Parlaments zur Öffentlichkeitsarbeit

Das Parlament nahm bei der Behandlung des Voranschlags 2026 des Bundes den Antrag an, die jährlichen Mittel für die Öffentlichkeitsarbeit ab 2026 um 6,25 Millionen Franken zu kürzen.¹³ Ende Dezember 2025 beschloss der Bundesrat, diese Kürzung auf die Departemente, die BK, die Bundesbehörden und die eidgenössischen Gerichte zu verteilen, und zwar proportional zu deren jeweiligen Ausgaben. Er beauftragte die BK, in Zusammenarbeit mit dem Eidgenössischen Finanzdepartement (EFD) und unter Einbezug der anderen Departemente, bis Mai 2026 einen Umsetzungsplan für die Jahre 2027 bis 2029 auszuarbeiten.¹⁴ Auf dessen Grundlage legte der Bundesrat am 27. Mai 2026 die Umsetzung der Mittelkürzungen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit für den Zeitraum 2027–2029 fest.¹⁵ Er beschloss, die Ausgaben für die Kommunikation für diesen Zeitraum um 9 Millionen Franken zu senken, und kündigte an, mehr als 60 Stellen zu streichen.

Die Oberaufsicht der GPK erfolgt rückblickend, weshalb sich die Kommission in ihrer Nachkontrolle nicht mit den möglichen Auswirkungen dieser Kürzungen auf die künftige Öffentlichkeitsarbeit der Bundesverwaltung befasst hat. Dort, wo es notwendig erscheint, wird sie diese Entwicklung in ihrer Beurteilung aber berücksichtigen.

¹² Art. 26 und 52 des Bundesgesetzes vom 13.12.2022 über die Bundesversammlung (Parlamentsgesetz, ParlG; SR 171.10); siehe auch Handlungsgrundsätze der GPK vom 13.5.2024; www.parlament.ch > Organe > Kommissionen > Aufsichtskommissionen > GPK > Grundlagenpapiere/Informationsrechte (aufgerufen am 5.2.2026)

¹³ Siehe Voranschlag 2026 mit integriertem Aufgaben- und Finanzplan 2027–2029, Parlamentsgeschäft 25.041.

¹⁴ Kürzungen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit: Bundesrat legt weiteres Vorgehen fest, Medienmitteilung des Bundesrates vom 19.12.2025

¹⁵ Bundesrat legt Umsetzung der Kürzungen in der Öffentlichkeitsarbeit 2027 bis 2029 fest, Medienmitteilung des Bundesrates vom 27.5.2026

2 Beurteilung der Umsetzung der Empfehlungen

Die GPK-N präsentiert im Folgenden die Informationen, die sie betreffend die Umsetzung ihrer sieben Empfehlungen von 2019 erhalten hat, ihre Beurteilung der ergriffenen Massnahmen und die Fragen, die ihrer Ansicht nach noch offen sind.

2.1 Erfahrungsaustausch und departementsübergreifende Ressourcennutzung

Empfehlung 1 von 2019: Austauschstrukturen der Bundesverwaltung im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit

Die GPK-N lädt den Bundesrat ein, zu prüfen, ob die vorhandenen Austauschstrukturen optimiert werden können. Diesbezüglich wird der Bundesrat insbesondere gebeten zu prüfen, wie der Austausch über strategische oder departementsübergreifende Überlegungen in Zusammenhang mit der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesverwaltung verbessert werden kann.

Der Bundesrat erachtete die Empfehlung 1 im Jahr 2023 als umgesetzt.¹⁶ Er bezeichnete die Austauschstrukturen der Bundesverwaltung im Bereich Öffentlichkeitsarbeit als etabliert und strategisch auf die Zukunft ausgerichtet. Die GPK-N hat in der Nachkontrolle geprüft, ob diese Strukturen in der Praxis tatsächlich für strategische Überlegungen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden.

Rolle der Konferenz der Informationsdienste des Bundes (KID)

Die KID, die es in täglicher und monatlicher Form gibt,¹⁷ spielt eine zentrale Rolle bei der Koordination der Kommunikationstätigkeit der Bundesverwaltung. Die strategischen Themen werden an der monatlichen KID behandelt.

Die BK bilanziert die Arbeit der KID insgesamt positiv. Sie ist der Ansicht, dass dieses Gremium kollegial funktioniert, alle wichtigen Themen behandelt und zentral für die Kohärenz der Information ist.¹⁸ Gemäss den Informationen der PVK hat die monatliche KID in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen und sich immer mehr als Austausch- und Koordinationsplattform durchgesetzt, in der unter anderem strategische Themen besprochen und bewährte Praktiken ausgetauscht werden. Traktanden waren zum Beispiel die Leitlinien «soziale Medien», die Schaffung eines audiovisuellen Zentrums, die Krisenkommunikation, die Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit und die Kommunikation der Bundesratsbeschlüsse.¹⁹

¹⁶ Schreiben des Bundesrates vom 16.8.2023 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

¹⁷ Die KID, die vom Bundesratsprecher oder der Bundesratsprecherin geleitet wird, umfasst die Informationsverantwortlichen der Departemente, der BK und der Parlamentsdienste. Gemäss Artikel 54 des Regierungs- und Verwaltungsorganisationsgesetzes vom 21.3.1997 (RVOG; SR 172.010) befasst sie sich mit anstehenden Informationsproblemen sowie koordiniert und plant sie die Information.

¹⁸ Anhörung der BK und der EFV vom 7.9.2023

¹⁹ Anhörung der BK und der EFV vom 7.9.2023

Die Abklärungen der GPK-N zeigen, dass bei einigen Punkten nach wie vor Optimierungspotenzial besteht. So finden die strategischen Diskussionen in der KID hauptsächlich auf Initiative der BK statt. In deren Augen könnten sich die Departemente diesbezüglich aktiver zeigen. Die BK ist zudem der Ansicht, dass der departementsinterne Wissenstransfer in Bezug auf die strategischen Aspekte ungenügend ist. Dies ist laut BK darauf zurückzuführen, dass die Kommunikationsdienste stark mit dem Tagesgeschäft beschäftigt sind und nicht dazu kommen, sich der langfristigen strategischen Aufgaben anzunehmen.²⁰

Rolle des Webforums Bund

Die von der BK geleitete Arbeitsgruppe «Webforum Bund» ist der KID untergeordnet. Sie berät die KID im Bereich der Online-Kommunikation, leitet im Auftrag der KID Projekte und dient dem Erfahrungsaustausch zwischen den Web-Fachleuten des Bundes. Aufgrund der technologischen Entwicklung hat dieses Gremium in den vergangenen Jahren an Bedeutung gewonnen. Die BK strebt eine neue Rolle des Webforums an und möchte diesem künftig mehr Umsetzungsaufträge erteilen.²¹

Beurteilung durch die GPK-N

Die Kommission kommt zum Schluss, dass ihre Empfehlung insgesamt umgesetzt ist. Sie hält erfreut fest, dass die strategische Koordinationsrolle der KID in den vergangenen Jahren deutlich gestärkt wurde und sich die Konferenz mit wichtigen Querschnittsthemen aus dem Bereich der Öffentlichkeitsarbeit befasst. Sie begrüsst, dass die BK den Austausch in diesem Gremium fördert, und lädt diese ein, ihre entscheidenden Bemühungen fortzusetzen.

Die Kommission ist allerdings der Ansicht, dass die Wirkung der KID und deren Rolle als Austauschplattform noch weiter verstärkt werden könnten. Sie ersucht den Bundesrat, zum einen dafür zu sorgen, dass sich die Departemente künftig stärker in den Austausch in der KID einbringen und beispielsweise von sich aus Themen vorschlagen, und zum anderen sicherzustellen, dass die relevanten strategischen Informationen aus der KID innerhalb der Departemente korrekt weitergegeben werden.

Die Kommission begrüsst im Weiteren die Absicht der BK, die Rolle des Webforums Bund zu überdenken. Sie geht davon aus, dass diese Arbeitsgruppe künftig weiter an Bedeutung gewinnt. Sie ersucht den Bundesrat deshalb, den Auftrag und die Leitlinien dieser Arbeitsgruppe in einem formellen Dokument festzuhalten.

²⁰ Anhörung der BK und der EFV vom 7.9.2023

²¹ Anhörung der BK und der EFV vom 7.9.2023

Empfehlung 2 von 2019: Förderung und Nutzung von Querschnittskompetenzen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit

Analog dem Vorgehen betreffend das ZEM, lädt die GPK-N den Bundesrat ein, zu prüfen, ob auch weitere Verwaltungseinheiten vorhanden sind, welche transversale Aufgaben im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit für die Bundesverwaltung wahrnehmen könnten.

In diesem Rahmen lädt sie den Bundesrat ein, zu prüfen, ob eine Zentralisierung gewisser Querschnittsaufgaben sinnvoll wäre. Namentlich legt die GPK-N dem Bundesrat nahe, zu prüfen, ob die Schaffung eines audiovisuellen Zentrums angezeigt wäre, welches Leistungen in diesem Bereich für alle Departemente erbringen könnte.

Der Bundesrat erachtet diese Empfehlung mit der Schaffung eines audiovisuellen Zentrums des Bundes im Jahr 2022 als umgesetzt.²² Die GPK-N hat sich in der Nachkontrolle genauer über die Aufgaben und Dienstleistungen dieses Zentrums informiert. Zudem hat sie sich mit den Aktivitäten des Zentrums Digitale Medien der Armee (DMA; vormals Zentrum für elektronische Medien [ZEM]) befasst.

Audiovisuelles Zentrum des Bundes

Der Bundesrat schuf 2022 im Rahmen der Umsetzung der Strategie «soziale Medien» (siehe Ziff. 2.4)²³ ein der BK angegliedertes audiovisuelles Zentrum. Dieses Zentrum, dem sieben Vollzeitstellen zur Verfügung stehen, hat die Aufgabe, dem Bundesrat (inkl. Bundespräsidium), dessen Mitgliedern und den Generalsekretariaten der Departemente audiovisuelle Dienstleistungen zu erbringen und so die Sichtbarkeit und Reichweite gewisser wichtiger Dossiers zu erhöhen.²⁴ Zu diesem Zweck wurden finanzielle Ressourcen vom Eidgenössischen Departement für Verteidigung, Bevölkerungsschutz und Sport (VBS) an die BK transferiert.²⁵ Diese Massnahme setzt das Bestreben der BK um, mehr zentralisierte Dienstleistungen anzubieten und Synergien zu nutzen.²⁶

²² Schreiben des Bundesrates vom 16.8.2023 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

²³ Strategie «soziale Medien» des Bundesrates, 12.5.2021 (BBl 2021 1237), S. 15

²⁴ Schreiben des Bundesrates vom 23.6.2021 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*). Laut Bundesrat wird geprüft, ob die Dienstleistungen dieses Zentrums der gesamten Bundesverwaltung zur Verfügung gestellt werden können. Allerdings sei dies mit den aktuellen Ressourcen nicht realistisch. Wenn auch andere Verwaltungseinheiten die audiovisuellen Dienstleistungen des Zentrums beziehen wollen, bedarf es aus Sicht des Bundesrates einer Ressourcenerhöhung und einer Bezugspflicht, die den Privatsektor konkurrenzieren würde.

²⁵ Schreiben des Bundesrates vom 16.8.2023 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*). Die Gruppe Verteidigung des VBS stellte der BK das Budget für vier Vollzeitäquivalente (VZÄ) des Zentrums für elektronische Medien der Armee haushaltneutral zur Verfügung. Die weiteren drei VZÄ bestanden bereits im Bereich der audiovisuellen Kommunikation der BK.

²⁶ Anhörung der BK und der EFV vom 7.9.2023

Die BK präsentierte der GPK-N die Dienstleistungen des audiovisuellen Zentrums.²⁷ Diese decken die Bereiche Fotografie, grafische Gestaltung und Video ab. Die erstellten Inhalte werden insbesondere im Internet und in den sozialen Medien²⁸ veröffentlicht sowie in den Abstimmungserläuterungen genutzt. Zudem werden spezifische Inhalte für die internationale Kommunikation des Bundesrates erstellt.²⁹

Die BK zog gegenüber der GPK-N eine erste positive Bilanz des Zentrums:³⁰ Ihrer Ansicht nach ist die Koordination mit den Departementen etabliert, werden die Produkte eingesetzt und die Synergien genutzt. Die BK wies darauf hin, dass das Zentrum gewisse Aufgaben (wie die Fotografie) übernehmen kann, die zuvor externalisiert waren. Im Übrigen würden die Produkte des Zentrums regelmässig evaluiert. Gemäss den von der PVK zusammengetragenen Informationen beurteilten die Informationsverantwortlichen der Departemente die Zentralisierung dieser Aufgaben als zweckmässig, weil sie in deren Augen Ressourcen einspart und die Effizienz steigert.³¹

Zentrum für elektronische Medien der Armee

Die GPK-N ersuchte den Bundesrat in ihrem Bericht von 2019, zu prüfen, ob die Kompetenzen des ZEM, das der Gruppe Verteidigung des VBS angegliedert ist, auch für die anderen Departemente von Nutzen sein könnten. Sie hörte 2024 eine Delegation der LBA an, um sich über die Aufgaben dieses inzwischen in «Digitale Medien der Armee» (DMA) umbenannten Zentrums und über dessen Zusammenarbeit mit anderen Verwaltungseinheiten zu informieren.

Das DMA verfügt über 43 37,1 Vollzeitstellen und dient es in erster Linie als audiovisuelles Produktionszentrum der Armee.³² Zu seinen Hauptaufgaben zählen die interne Ausbildung der Armee sowie die (interne und externe) Kommunikation von Armee und VBS.³³ Das DMA bietet eine breite Palette von Produkten an wie Filme, interaktive Lernprogramme, mobile Applikationen oder Layout von Broschüren und Reglementen.

Die Aufträge des DMA kommen vor allem aus dem VBS. Anfragen von anderen Departementen sind selten.³⁴ Das Zentrum unterhält keine systematischen Kontakte mit allen Bundesämtern, arbeitet aber mit gewissen Verwaltungseinheiten regelmässig zusammen und tauscht mit diesen Erfahrungen sowie fachliche Ratschläge aus.³⁵ Im

²⁷ Anhörung der BK und der EFV vom 7.9.2023

²⁸ Insbesondere auf dem im Oktober 2022 lancierten Instagram-Account des Bundesrates.

²⁹ Unter anderem wurde eine Person für die Kommunikation auf Englisch angestellt, wodurch laut BK die Präsenz des Bundesrates in den englischsprachigen Medien verstärkt werden konnte.

³⁰ Anhörung der BK und der EFV vom 7.9.2023

³¹ Die Angliederung des audiovisuellen Zentrums an die BK wurde insbesondere von der KID gewünscht.

³² Informationen aus der Verwaltungskonsultation vom 12.6.2026 zum Berichtsentwurf (*nicht veröffentlicht*)

³³ Gemäss den Zahlen der Gruppe Verteidigung des VBS (Stand: 31.12.2025) sind 5,0 VZÄ des DMA für die Öffentlichkeitsarbeit der Armee vorgesehen.

³⁴ 85% der Aufträge des DMA stammen von der Armee, 12% vom VBS und 3% von anderen Auftraggebern.

³⁵ Insbesondere mit dem Bundesamt für Bauten und Logistik (BBL), dem Bundesarchiv (BAR) und der Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit (DEZA).

Übrigen gelten bestimmte Produkte des DMA in der Bundesverwaltung als «Standarddienste».³⁶ Zudem stellt das Zentrum seine Mediathek den anderen Departementen zur Verfügung.³⁷ Die Zusammenarbeit in diesem Bereich ist laut LBA grundsätzlich gut, könnte aber noch ausgebaut werden.³⁸

Die Zusammenarbeit zwischen dem DMA und dem neuen audiovisuellen Zentrum der BK betrifft vor allem die Entwicklung und Nutzung von Systemen und Infrastrukturen (z. B. Bilddatenbank, gemeinsame Beschaffungen).³⁹ Laut DMA erfolgt die Zusammenarbeit mit der BK einzelfall- und ressourcenabhängig. Es kommt vor, dass das DMA die BK mit Personal oder technischen Systemen unterstützt (z. B. zur audiovisuellen Abdeckung eines Staatsbesuchs).⁴⁰ Wie bereits erwähnt hat das VBS das Budget für vier VZÄ an das audiovisuelle Zentrum der BK transferiert.⁴¹

Die Ressourcen des DMA sind nach Ansicht der BK in Anbetracht des spezifischen Kommunikationsbedarfs der Armee gerechtfertigt.⁴² Allerdings reichen diese Ressourcen laut LBA und BK nicht aus, um – entsprechend der Empfehlung der GPK-N – zusätzlich Querschnittsaufgaben für die Öffentlichkeitsarbeit des Bundes zu übernehmen.⁴³ Das DMA ist aber bereit, im Rahmen seiner Möglichkeiten die Verwaltungseinheiten, die dies wünschen, beratend zu unterstützen.

Andere Möglichkeiten zur Zentralisierung der Aufgaben

Die BK prüfte im Zusammenhang mit dem ersten Punkt der Empfehlung 2, ob es Verwaltungseinheiten gibt, die für die Bundesverwaltung zentralisiert Querschnittsaufgaben im Bereich Öffentlichkeitsarbeit wahrnehmen können, kam aber zum Schluss, dass dies nicht der Fall ist.⁴⁴

Beurteilung durch die GPK-N

Die GPK-N begrüsst die Schaffung des audiovisuellen Zentrums der BK. Sie erachtet dies als wichtigen Schritt für die Zentralisierung bestimmter Aufgaben im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesverwaltung und sieht die Tätigkeit dieses Zentrums positiv. Dieses trägt dazu bei, die Kommunikation des Bundes zu stärken, zu diversifizieren und an die neuen Technologien anzupassen, wodurch ein breiteres Publikum erreicht werden kann. Die Kommission ersucht den Bundesrat, die Zweckmässigkeit der Produkte dieses Zentrums regelmässig zu prüfen sowie bei Bedarf dessen Auftrag und Dienstleistungen anzupassen.

³⁶ Gemäss den Informationen der LBA wurde die Medienplattform des DMA im März 2024 von der BK (Führungsausschuss Standarddienste FSD) als «Standarddienst» der Bundesverwaltung bezeichnet.

³⁷ www.mediathek.admin.ch

³⁸ Anhörung der LBA vom 20.3.2024

³⁹ Anhörung der BK und der EFV vom 7.9.2023

⁴⁰ Anhörung der LBA vom 20.3.2024

⁴¹ Laut Bundesrat (Schreiben vom 16.8.2023 an die GPK-N) hat die Gruppe Verteidigung des VBS das Budget für die vier an die BK transferierten VZÄ intern kompensiert, da das DMA diese Stellen nach wie vor benötigt. Alles in allem wurde der Personalaufwand für die Öffentlichkeitsarbeit des Bundes folglich erhöht.

⁴² Anhörung der BK und der EFV vom 7.9.2023

⁴³ Anhörung der LBA vom 20.3.2024; Anhörung der BK und der EFV vom 7.9.2023

⁴⁴ Schreiben des Bundesrates vom 16.8.2023 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

Die GPK-N verweist im Übrigen darauf, dass der Bund mit dem DMA über eine PR-Einheit mit erheblichen Ressourcen und grossem Know-how verfügt. Sie hält aber fest, dass die Dienstleistungen und Produkte des DMA in erster Linie für die Armee gedacht sind und eine Erledigung von Aufträgen anderer Verwaltungseinheiten des Bundes nur begrenzt möglich ist. Die Kommission begrüsst, dass das Zentrum dennoch punktuelle Kontakte mit mehreren Einheiten des Bundes und mit dem audiovisuellen Zentrum der BK pflegt sowie dass es im Rahmen seiner Möglichkeiten bereit ist, sein Fachwissen zur Verfügung zu stellen.

Sie nimmt ferner zur Kenntnis, dass es in der Bundesverwaltung neben diesen beiden Zentren keine weiteren Einheiten gibt, die in der Lage wären, Querschnittsaufgaben im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit zu übernehmen.

Allgemein stellt die GPK-N fest, dass die für die Öffentlichkeitsarbeit zuständigen Bundeseinheiten regelmässigen Kontakt untereinander pflegen – insbesondere in der KID –, dieser aber anscheinend vor allem den Erfahrungsaustausch und die Koordination betrifft. Die Zusammenarbeit bei konkreten Leistungen scheint eher selten.

Die GPK-N ersucht den Bundesrat, den Erfahrungsaustausch und die gegenseitige beratende Unterstützung in Sachen Öffentlichkeitsarbeit innerhalb der Bundesverwaltung (namentlich zwischen dem DMA und den anderen Verwaltungseinheiten) bestmöglich zu fördern. Sie ist ausserdem der Auffassung, dass die gemeinsame Nutzung gewisser bestehender technischer Systeme (namentlich die DMA-Mediathek) ausgebaut und gefördert werden könnte. Insgesamt sollte nach Ansicht der Kommission auf jeden Fall vermieden werden, dass Dienstleistungen innerhalb der Bundesverwaltung doppelt angeboten werden. Synergien sollten bestmöglich genutzt werden.

Die GPK-N äussert sich nicht zur Angemessenheit der Ressourcen des DMA und des audiovisuellen Zentrums der BK, da die Beurteilung dieses Punktes in die Zuständigkeit der Finanzkommissionen fällt. Sie hält fest, dass die BK die Ressourcen des DMA angesichts der spezifischen Bedürfnisse der Armee als gerechtfertigt erachtet. Im Übrigen ist noch nicht bekannt, wie sich die Ende 2025 beschlossenen Sparmassnahmen auf diese beiden Einheiten auswirken werden (siehe Ziff. 1.2). Die Kommission ersucht den Bundesrat, bei der Umsetzung des Sparauftrags des Parlaments möglichst an den Projekten und Strukturen zur stärkeren Zentralisierung der Aufgaben im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit festzuhalten.

Die Kommission kommt auf der Grundlage der ihr vorliegenden Informationen zum Schluss, dass ihre Empfehlung insgesamt umgesetzt ist.

Empfehlung 3 von 2019: Mindestvorgaben für die Öffentlichkeitsarbeit der Departemente

Die GPK-N ersucht den Bundesrat, dafür zu sorgen, dass alle Departemente über ein Kommunikationskonzept verfügen, welches im Sinne von Mindestvorgaben Angaben zur Rollenverteilung und Kompetenzen, den Prozessen, den vorgesehenen Kommunikationsprodukten sowie den Zielen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit enthalten.

Der Bundesrat erachtete die Empfehlung 3 im Jahr 2023 als umgesetzt. Er betonte, dass fünf der sieben Departemente über ein Kommunikationskonzept verfügen, das

den von der GPK-N formulierten Mindestvorgaben entspricht, und kündigte an, dass die beiden anderen Departemente (Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten [EDA] und Eidgenössisches Justiz- und Polizeidepartement [EJPD]) ihre einschlägigen Leitlinien noch anpassen werden.⁴⁵ Die GPK-N hat sich im Rahmen ihrer Nachkontrolle über die Weiterentwicklung der Kommunikationskonzepte der Departemente informiert und mit der Frage einer stärkeren Harmonisierung in diesem Bereich befasst.

Kommunikationskonzepte der Departemente

Das UVEK und das EDI beschlossen zwischen 2019 und 2022 neue Kommunikationskonzepte, während das Eidgenössische Departement für Wirtschaft, Bildung und Forschung (WBF) und das VBS ihre Konzepte anpassten.⁴⁶ Das EFD verabschiedete im Dezember 2023 eine aktualisierte Fassung seines Konzepts. Das EDA und das EJPD übermittelten der GPK-N ihre neuen Kommunikationsleitlinien Anfang 2025.

Die Kommunikationskonzepte unterscheiden sich in Benennung, Form und Detailgrad, was die grosse Autonomie der Departemente im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit widerspiegelt.⁴⁷ Die GPK-N nannte in ihrer Empfehlung von 2019 fünf Aspekte, die ihrer Ansicht nach in den Kommunikationskonzepten aller Departemente geregelt sein müssen (Rollenverteilung, Kompetenzen, Prozesse, Produkte und Ziele). Die PVK analysierte die aktuellen Fassungen dieser Dokumente. Sie kam zum Schluss, dass alle Konzepte inzwischen die entsprechenden Mindestvorgaben enthalten und zudem den heutigen Erfordernissen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit (z. B. soziale Medien) Rechnung tragen.

Gemäss PVK verweisen alle Departemente in ihren Konzepten – ausdrücklich oder indirekt – auf das Leitbild der KID⁴⁸, das den allgemeinen Rahmen für die Öffentlichkeitsarbeit des Bundes darstellt. Die Konzepte haben eine relativ homogene Grundlage, da sie in der KID diskutiert werden, lassen aber auch Raum für departementsspezifische Regeln.⁴⁹

Laut BK kennen die Departemente die Anforderungen für die Kommunikationskonzepte. Der damalige Vizekanzler präziserte diese Einschätzung 2023 allerdings dahingehend, dass er bei den Kommunikationsverantwortlichen der Departemente trotz

⁴⁵ Schreiben des Bundesrates vom 16.8.2023 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

⁴⁶ UVEK: 1.12.2019; EDI: 1.4.2020; WBF: 15.3.2019; VBS: 1.12.2025

⁴⁷ Siehe hierzu Ziff. 2.3.2 des Berichts der GPK-N von 2019. Das Kommunikationsdispositiv des EDA fasst sieben Punkte grafisch auf einer Seite zusammen und enthält einen Anhang mit den Kanälen und Instrumenten der Kommunikation sowie den Rechtsgrundlagen. Das Kommunikationskonzept des EJPD («Die Kommunikation im EJPD» genannt) hat die Form eines Arbeitspapiers mit mehreren Kapiteln (Aufgaben des Kommunikationsdienstes, Ziele der Information, Grundsätze der Information, Zusammenarbeit innerhalb des EJPD, Kommunikationsprodukte und -kanäle usw.).

⁴⁸ Information und Kommunikation von Bundesrat und Bundesverwaltung. Leitbild der KID (aktuelle Fassung: März 2025)

⁴⁹ Das Konzept des EDA ist beispielsweise stärker auf die internationale Kommunikation ausgerichtet.

der Bemühungen der BK nach wie vor gewisse Wissenslücken hinsichtlich der Referenzdokumente des Bundes ausmachte.⁵⁰

Harmonisierung der Leitlinien

Die grosse Autonomie der Departemente bei der Erstellung und Umsetzung ihrer Kommunikationskonzepte lässt sich insbesondere mit deren unterschiedlichen Bedürfnissen und Praktiken in Sachen Öffentlichkeitsarbeit erklären.⁵¹ Die GPK-N fragt sich, ob eine grössere Harmonisierung zwischen den Departementen nötig bzw. überhaupt möglich ist.

Die BK zeigt sich sehr zurückhaltend in dieser Frage. Sie betont, dass sie lediglich für die Koordination der Kommunikation sowie für die Festlegung der Grundsätze und Kriterien verantwortlich ist, jedoch keine Führungs- oder Aufsichtsaufgaben hat, da diese in die Zuständigkeit der Departemente fallen.⁵² In den Augen der BK ginge es zu weit, wenn sie die ganze Kommunikationsarbeit der Departemente beurteilen müsste. Ein solcher Schritt sei nicht notwendig, da die Kollegialität und die departementsübergreifende Zusammenarbeit auf der Ebene der Kommunikationsdienste sehr gut funktioniere.⁵³

Beurteilung durch die GPK-N

Die GPK-N kommt zum Schluss, dass ihre Empfehlung erfüllt ist. Sie begrüsst, dass nun alle Departemente über ein Kommunikationskonzept verfügen, das die wichtigsten Aspekte der Öffentlichkeitsarbeit regelt. Sie ersucht den Bundesrat, dafür zu sorgen, dass diese Konzepte regelmässig aktualisiert werden und so den neusten Entwicklungen im Kommunikationsbereich Rechnung tragen.

Aus Sicht der Kommission zeigt das Beispiel der Kommunikationskonzepte gut, mit welchen Herausforderungen der Bund bei der Öffentlichkeitsarbeit konfrontiert ist. Einerseits gilt es, eine einheitliche Kommunikation der Bundesbehörden sicherzustellen, andererseits ist die Autonomie der Departemente zu wahren. Nach Meinung der GPK-N tragen die aktuellen Leitlinien dieser Problematik angemessen Rechnung.⁵⁴ Die Kommission erkennt keine Notwendigkeit für eine stärkere Harmonisierung der Leitlinien oder eine veränderte Rolle der BK in dieser Sache.

⁵⁰ Anhörung der BK und der EFV vom 7.9.2023. Der damalige Vizekanzler erklärte, dass er die neuen Kommunikationsverantwortlichen der Departemente nach deren Amtsantritt persönlich trifft, um sie auf die Leitlinien des Bundes in Sachen Kommunikation aufmerksam zu machen und ihnen zu erklären, wie die Zusammenarbeit zwischen den Departementen und der BK funktioniert. Leider müsse er immer wieder feststellen, dass einige Personen die Referenzdokumente trotzdem nicht kennen.

⁵¹ Bericht der GPK-N von 2019, Ziff. 2.3.2, und Bericht der PVK von 2019, Ziff. 3.2

⁵² Anhörung der BK und der EFV vom 7.9.2023; Ausnahme: Krisenkommunikation

⁵³ Anhörung der BK und der EFV vom 7.9.2023

⁵⁴ Im Zentrum der Nachkontrolle der GPK-N standen die Kommunikationskonzepte auf *Departementsebene* (Gegenstand der Empfehlung) und nicht die Leitlinien auf der Ebene der *Verwaltungseinheiten* oder die gesetzlich vorgeschriebenen spezifischen Kommunikationsaufträge bestimmter Einheiten.

Ausgehend von den Angaben der BK kommt die GPK-N allerdings zum Schluss, dass die übergeordneten Kommunikationsleitlinien innerhalb der Departemente noch besser bekannt gemacht werden sollten. Sie ersucht den Bundesrat, dafür zu sorgen, dass alle Personen, die in der Öffentlichkeitsarbeit des Bundes Aufgaben übernehmen, für den Inhalt der Referenzdokumente der KID und der BK sensibilisiert werden und diesbezüglich immer auf dem aktuellen Stand sind.

2.2 Kommunikationsprodukte

Empfehlung 4 von 2019: Periodisch erscheinende Publikationen der Bundesverwaltung

Die GPK-N lädt den Bundesrat einerseits ein, das weitere Digitalisierungspotenzial von periodisch erscheinenden Publikationen zu prüfen.

Andererseits lädt sie den Bundesrat ein, eine Erhebung zur Nutzung der periodisch erscheinenden Publikationen des Bundes (namentlich Magazine und Zeitschriften) durchzuführen und die Kommission über die auf dieser Grundlage getroffenen Massnahmen zu informieren.

Des Weiteren regt die GPK-N an, die Einführung eines Mechanismus für die periodische Überprüfung der Nutzung dieser Publikationen zu prüfen.

Der Bundesrat verabschiedete 2017 vier Massnahmen zur Senkung der Kosten für die Publikationen und Drucksachen der Bundesverwaltung: Verzicht auf gewisse Publikationen, Bündelung und Standardisierung von gedruckten Publikationen, Bündelung von Agenturleistungen und Digitalisierung von Publikationen. Mit deren Umsetzung wurde das Bundesamt für Bauten und Logistik (BBL) beauftragt. Die GPK-N hat sich im Rahmen ihrer Nachkontrolle über die Wirkung dieser Massnahmen und die Entwicklungen bei den periodisch erscheinenden Publikationen der Bundesverwaltung informiert.

Prüfung einer verstärkten Digitalisierung der Publikationen

Die von der GPK-N zusammengetragenen Informationen zeigen, dass die Publikationen des Bundes in den vergangenen Jahren zunehmend digitalisiert wurden. Im Jahr 2023 waren 94 Prozent (2025 / 95 Prozent) der Publikationen digital verfügbar. Nur die (rund 2500) besonders nachgefragten der rund 55 000 digital verfügbaren zivilen, gesetzlichen und militärischen Publikationen des Bundes⁵⁵ werden gedruckt und gelagert.⁵⁶ Mehrere Drucksachen wurden durch digitale Lösungen ersetzt.⁵⁷ Im

⁵⁵ Ein Teil dieser Publikationen ist gesetzlich vorgeschrieben (z. B. Amtlichen Sammlung des Bundesrechts).

⁵⁶ Schreiben des Bundesrates vom 16.8.2023 an die GPK-N, Schreiben des Bundesrates vom 15.3.2024 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

⁵⁷ Schreiben des Bundesrates vom 16.8.2023 an die GPK-N, Schreiben des Bundesrates vom 15.3.2024 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*). Der Bundesrat nennt als Beispiele das Magazin «energieaplus» des Bundesamtes für Energie, die Publikationen der Eidgenössischen Finanzkontrolle (mit Ausnahme des Jahresberichts) und die «asyl-info.ch» des Staatssekretariats für Migration.

Übrigen ist die Zahl der periodisch erscheinenden Publikationen im Abonnement von 34 im Jahr 2019 auf 22 im Jahr 2023 gesunken (2025 / dito).⁵⁸

Insgesamt ermutigt das BBL die Bundesämter zur Digitalisierung ihrer Publikationen. Das Ziel besteht darin, die Anzahl der Drucksachen zu senken. Bei einigen Publikationen (z. B. Abstimmungserläuterungen, «Der Bund kurz erklärt») erachtet der Bundesrat allerdings das Festhalten an der Druckfassung als gerechtfertigt.⁵⁹

Die Digitalisierung hat ausserdem zur Kostenreduktion beigetragen. Das Ziel, die wiederkehrenden Ausgaben ab 2021 um 6 Millionen Franken pro Jahr zu reduzieren, wurde erreicht. Auch der Papierverbrauch ging zurück.

Erhebung über die Nutzung der Publikationen und Mechanismus für die periodische Überprüfung

Das BBL führt seit 2021 auf der Grundlage von Informationen aus den Bundesämtern jährlich eine statistische Erhebung über das Medienverhalten der Zielgruppen durch. Zudem führt es periodische Gespräche mit den Ämtern über die Zweckmässigkeit der Publikationen und deren Veröffentlichung in Printform. Es achtet in diesem Rahmen darauf, dass das Medienverhalten und die Lesegewohnheiten der Zielgruppen berücksichtigt werden. Das BBL verfolgt in diesem Zusammenhang drei strategische Stossrichtungen.⁶⁰

Laut Bundesrat hat dies die Bundesämter dazu veranlasst, verstärkt über die Verbreitungskanäle und über das Medienverhalten ihrer Zielgruppen nachzudenken. Gemäss den Zahlen von 2023 führen 69 Prozent (2025 / 77 Prozent) der Bundesämter Erhebungen über das Medienverhalten durch und bieten 95 Prozent (2025 / dito) der Ämter ihre periodischen Publikationen in digitaler Abo-Form an. Im Übrigen erklären 89 Prozent (2025 / dito) der Bundesämter, dass sie ihre Publikationen an die Erwartungen des Zielpublikums anpassen.⁶¹

⁵⁸ Schreiben des Bundesrates vom 15.3.2024 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*). Die betreffenden Publikationen, die vorher im Abonnement verfügbar waren, wurden an das Medienkonsumverhalten angepasst. Andere wurden komplett eingestellt (z. B. Forum Raumentwicklung). Die Inhalte der meisten dieser Publikationen (z. B. Agrarforschung Schweiz, Soziale Sicherheit CHSS) sind inzwischen direkt online verfügbar, teilweise in Form von Newslettern.

⁵⁹ Schreiben des Bundesrates vom 15.3.2024 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

⁶⁰ Schreiben des Bundesrates vom 16.8.2023 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*). Die drei strategischen Stossrichtungen sind die folgenden: *Standardisierung und Bündelung* (grösstmögliche Standardisierung der gedruckten Publikationen auf Bundesebene und gebündelte Beschaffung), *Lebenszyklusbetrachtung* (Beschaffung der gedruckten Publikationen unter Berücksichtigung des gesamten Lebenszyklus mit entsprechender Fachkompetenz sowie unter Anstreben der grösstmöglichen Rentabilität und einer minimalen Lagerhaltung) und *aktive Digitalisierung* (Ermittlung des sinnvollsten Kommunikationskanals und Anbieten zumindest als PDF).

⁶¹ Schreiben des Bundesrates vom 16.8.2023 an die GPK-N, Schreiben des Bundesrates vom 15.3.2024 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

Beurteilung durch die GPK-N

Die Kommission kommt zum Schluss, dass ihre Empfehlung umgesetzt ist. Sie zieht eine insgesamt positive Bilanz der Massnahmen des BBL und der anderen Bundeseinheiten zur stärkeren Digitalisierung der Publikationen des Bundes. Sie begrüsst, dass die digitalen Abonnemente gefördert werden und dass ein sehr grosser Teil der Bundespublikationen in digitaler Form verfügbar ist. Für die GPK-N ist der gewählte Ansatz pragmatisch und an die aktuelle Entwicklung des Medienkonsumverhaltens angepasst.

Die Kommission hat keine eingehende Prüfung der Inhalte der Bundespublikationen vorgenommen, da dies den Rahmen der Nachkontrolle gesprengt hätte. Sie kommt aber zum Schluss, dass sich die neuen digitalen Formate nicht negativ auf den Inhalt der Kommunikationsprodukte auswirken scheinen. Im Übrigen hält sie positiv fest, dass mit der Digitalisierung die Druckkosten und der Papierverbrauch gesenkt werden können.

Die GPK-N begrüsst ausserdem, dass das BBL bei den Bundesämtern regelmässig und systematisch Erhebungen über das Medienkonsumverhalten des Zielpublikums und über die Publikationsformen durchführt. Erfreulich findet sie ferner, dass sich das BBL regelmässig mit den involvierten Einheiten über diesem Thema austauscht. Sie ersucht das BBL, seine Sensibilisierungsmassnahmen fortzusetzen.

2.3 Nutzung der sozialen Medien durch den Bund

Empfehlung 5 von 2019: Nutzung der sozialen Medien durch den Bund

Die GPK-N lädt den Bundesrat ein, eine Prüfung der Modalitäten der Nutzung der sozialen Medien durch die Bundesverwaltung durchzuführen und die spezifischen Vorteile aufzuzeigen, die sich aus diesen Instrumenten für die Öffentlichkeitsarbeit des Bundes ergeben können. Dabei sollte die strategische Ausrichtung des Einsatzes dieser Kommunikationskanäle ersichtlich sein und geklärt werden, welche der Plattformen für welche Art von Informationen verwendet werden sollte. Der Bundesrat wird gebeten, über die Ergebnisse dieser Prüfung und der auf dieser Grundlage beschlossenen Massnahmen Bericht zu erstatten.

Der Bundesrat betrachtete die Empfehlung 5 im Jahr 2023 angesichts der Verabschiedung der Strategie «soziale Medien» des Bundes im Jahr 2021 als umgesetzt. Die GPK-N hat sich im Rahmen ihrer Nachkontrolle über die Umsetzung dieser Strategie und die Massnahmen informiert, welche die Bundesbehörden seitdem in Sachen Nutzung der sozialen Medien ergriffen haben.

Strategie «soziale Medien» und Leitlinien

Als Reaktion auf die Empfehlung der GPK-N verabschiedete der Bundesrat im Mai 2021 eine Strategie und Leitlinien für die sozialen Medien.⁶² Diese Strategie dient dazu, in der Bundesverwaltung das Potenzial der sozialen Medien besser auszu-schöpfen sowie deren Nutzung zu professionalisieren und zu vereinheitlichen. Der Bundesrat präsentierte der GPK-N die drei Ziele und acht Massnahmen dieser Strategie.⁶³

Mit der Umsetzung dieser Strategie soll laut Bundesrat das Potenzial der sozialen Medien, namentlich das Teilen von audiovisuellen Inhalten und die Möglichkeit der Interaktion mit der Bevölkerung, künftig besser genutzt werden. Ausserdem soll ohne unverhältnismässigen Aufwand ein breiteres Zielpublikum angesprochen werden, namentlich die jüngeren Generationen sowie die internationalen Akteurinnen und Akteure.⁶⁴

Die KID wurde in die Ausarbeitung der Strategie einbezogen und unterstützt deren Stossrichtung. Sie ist der Ansicht, dass die Ziele angemessen sind und sich die vorgesehenen Massnahmen dafür eignen, die Nutzung der sozialen Medien bis zu einem gewissen Grad zu vereinheitlichen, dass die Departemente und Bundesämter gleichzeitig aber genügend Spielraum behalten, um die sozialen Medien ihren Bedürfnissen entsprechend zu nutzen.⁶⁵

Zur Umsetzung der Strategie sprach der Bundesrat den Departementen und der BK zehn zusätzliche Stellen.⁶⁶ Zudem transferierte das VBS Ressourcen an die BK zur Schaffung des Zentrums für audiovisuelle Medien (siehe Ziff. 2.1). Der Bundesrat betonte gegenüber der GPK-N, dass die Umsetzung dieser Strategie die klassische Medien- und Öffentlichkeitsarbeit auf den Websites nicht ersetzen wird, sondern dass die Social-Media-Aktivitäten eine zusätzliche Aufgabe darstellen. Ausserdem hielt er fest, dass die Strategie nichts an der bestehenden Kompetenzverteilung in Sachen Öffentlichkeitsarbeit ändert.⁶⁷

Die BK zog gegenüber der Kommission eine erste positive Bilanz über die Umsetzung der Strategie. So konnte laut BK insbesondere die Kommunikation über die Bundesratsentscheide intensiviert und ein neues, jüngeres Publikum erreicht werden. Die BK hob zudem die Fortschritte bei der internationalen Kommunikation des Bundesrates

⁶² Strategie «soziale Medien» des Bundesrates vom 12.5.2021 (BBI 2021 1237), Leitlinien «soziale Medien» der KID vom Mai 2021. Siehe hierzu auch: Kommunikation des Bundes in den sozialen Medien wird gestärkt und vereinheitlicht, Medienmitteilung des Bundesrates vom 23.6.2021. Der Bundesrat informierte die GPK-N über diesem Thema mit Schreiben vom 23.6.2021, d. h. vor Eröffnung der Nachkontrolle.

⁶³ Schreiben des Bundesrates vom 23.6.2021 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

⁶⁴ Schreiben des Bundesrates vom 23.6.2021 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

⁶⁵ Schreiben des Bundesrates vom 23.6.2021 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

⁶⁶ Schreiben des Bundesrates vom 23.6.2021 und vom 16.8.2023 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*). EDA, EDI, EJPD, VBS, WBF und UVEK wurde je eine Stelle zugesprochen. Vier Stellen gingen an die BK für Querschnittsaufgaben. Das EFD verzichtete auf eine Stelle. Das Parlament genehmigte diese zusätzlichen Stellen mit der Verabschiedung des Voranschlags 2022 und bestätigte seinen Entscheid bei den Budgetberatungen 2023. Die Stellen wurden Ende 2022 ausgeschrieben.

⁶⁷ Schreiben des Bundesrates vom 23.6.2021 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

hervor. Sie hielt aber auch fest, dass die Produktion audiovisueller Inhalte in drei Sprachen kostspielig ist.⁶⁸

Sonstige ergriffene oder laufende Massnahmen im Bereich der sozialen Medien

Im Jahr 2024 verabschiedete der Bundesrat eine Änderung der Regierungs- und Verwaltungsorganisationsverordnung (RVOV)⁶⁹, mit der geregelt wurde, wie die Bundesverwaltung die Kommentare auf ihren Social-Media-Kanälen moderieren kann. Die neuen Artikel 23a bis 23c legen unter anderem die Voraussetzungen fest, unter denen die Verwaltungseinheiten grundrechtskonform Kommentare löschen sowie Nutzerinnen und Nutzer sperren können.⁷⁰ Laut BK bestand das Ziel dieser Revision darin, mittels einer ausdrücklichen Rechtsgrundlage ein einheitliches Vorgehen der Bundesverwaltung sicherzustellen.⁷¹ Im Weiteren ist in der Verordnung präzisiert, dass die Inhalte in den sozialen Medien auch über andere frei zugängliche Kanäle der Verwaltungseinheiten abrufbar sein müssen.

Die BK informierte die GPK-N über verschiedene andere laufende Arbeiten und Abklärungen im Zusammenhang mit den Aktivitäten des Bundes in den sozialen Medien.⁷² Diese betrafen unter anderem die Ausnahmen zum Social-Media-Werbeverbot für den Bund⁷³, die Entwicklung einer Bundesrat-App⁷⁴ und den Einsatz von neuen Technologien zur Beantwortung von Bürgeranfragen⁷⁵.

Evaluation der Social-Media-Aktivitäten durch die Departemente

Die GPK-N hat sich im Rahmen ihrer Nachkontrolle auch darüber informiert, wie die Departemente und die BK ihre Social-Media-Aktivitäten überwachen und evaluieren.

⁶⁸ Anhörung der BK und der EFV vom 7.9.2023

⁶⁹ Regierungs- und Verwaltungsverordnung vom 25.11.1998 (RVOV; SR 127.010.1)

⁷⁰ Bundesrat regelt Umgang der Bundesverwaltung mit Kommentaren in sozialen Medien, Medienmitteilung des Bundesrates vom 19.6.2024. Zum Revisionsentwurf wurde 2023 eine Vernehmlassung durchgeführt.

⁷¹ Anhörung der BK und der EFV vom 7.9.2023

⁷² Anhörung der BK und der EFV vom 7.9.2023

⁷³ Die Leitlinien «soziale Medien» sehen für den Bund derzeit drei Ausnahmen vom Werbeverbot vor: erstens für Stellenausschreibungen und Personalmarketing, zweitens für Veranstaltungen in der Schweiz und im Ausland, drittens für Präventions-, Sensibilisierungs- und Informationskampagnen, deren Budget vom Parlament genehmigt wurde. Die BK teilte mit, dass angesichts der Entwicklung der sozialen Medien zu klären ist, ob – und falls ja zu welchen Zwecken und unter welchen Bedingungen – in Zukunft gegebenenfalls weitere Ausnahmen möglich sind.

⁷⁴ Die BK gab bei Gfs.bern eine Studie zu diesem Thema in Auftrag, die 2022 abgeschlossen wurde. Aus dieser Studie ging unter anderem hervor, dass eine solche App von der Bevölkerung begrüsst würde sowie in Krisen und bei Desinformations- und Beeinflussungskampagnen von Vorteil wäre. Der Bundesrat wurde im Juni 2025 über den Abschluss der Konzeptphase der künftigen App informiert. Er beauftragte die BK mit der Realisierung des Projekts. Siehe Bundesrats-App geht in Realisierung, Medienmitteilung des Bundesrates vom 25.6.2025

⁷⁵ Die BK teilte mit, dass Studien und Pilotversuche vorgesehen sind. Sie präzisierte, dass die Machbarkeit, die Wirtschaftlichkeit, gewisse rechtliche Fragen und die Akzeptanz seitens der Benutzenden zu prüfen sind. Eine Studie zu Machbarkeit und Wirtschaftlichkeit wurde durchgeführt. Pilotprojekte wurden aus Ressourcengründen keine durchgeführt.

Aus den von den Departementen und der BK erhaltenen Informationen⁷⁶ geht hervor, dass die Zuständigkeit für das Monitoring der Social-Media-Aktivitäten offensichtlich klar geregelt ist: Zumeist ist die Social-Media-Managerin bzw. der Social-Media-Manager oder der Kommunikationsdienst der Verwaltungseinheiten und der Generalsekretariate verantwortlich.

Fast alle Departemente überwachen ihre Aktivitäten in den sozialen Medien täglich (Wirkung der Publikationen, Kommentare usw.). Das Monitoring erfolgt dezentralisiert in den Verwaltungseinheiten und auf Ebene Generalsekretariat. Es stützt sich auf die Daten der Social-Media-Plattformen. Einige Departemente nutzen auch Analyse-tools.⁷⁷

Im Weiteren nehmen die meisten Departemente allgemeine Evaluationen ihrer Social-Media-Aktivitäten vor.⁷⁸ Häufigkeit, Form und Gegenstand dieser Analysen unterscheiden sich von Departement zu Departement.⁷⁹ Das Vorgehen in Bezug auf die Weitergabe der Analyseergebnisse und deren Auswertung unterscheidet sich ebenfalls: In einigen Departementen sind ausschliesslich die Kommunikationsdienste oder die Bundesämter zuständig, wohingegen in anderen Departementen eine Information der Vorgesetzten bis hin zur Departementsvorsteherin oder zum Departementsvorsteher erfolgt.

Der Bundesrat ist der Auffassung, dass alle Departemente ihre Aktivitäten in den sozialen Medien regelmässig evaluieren, um Trends zu erkennen und das beste Vorgehen herauszufinden.⁸⁰ Er wies aber darauf hin, dass es Sache der KID ist, die Anwendung der Leitlinie von 2021 über die Evaluation der Social-Media-Aktivitäten⁸¹ zu überprüfen und die Leitlinie nötigenfalls anzupassen.

Beurteilung durch die GPK-N

Die Kommission kommt zum Schluss, dass ihre Empfehlung weitestgehend umgesetzt ist. Allerdings ist sie der Ansicht, dass bei einigen Punkten noch Optimierungspotenzial besteht und bei der Nutzung der sozialen Medien besondere Vorsicht geboten ist.

Die GPK-N begrüsst die Massnahmen des Bundesrates, der BK und der KID zur Schaffung eines klaren und einheitlichen Rahmens für die Nutzung der sozialen Medien durch die Bundesverwaltung. Zwei wichtige Massnahmen tragen zur Umsetzung ihrer Empfehlung bei: erstens die Verabschiedung der Strategie «soziale Medien»

⁷⁶ Anhang zum Schreiben des Bundesrates vom 15.3.2024 an die GPK-N: Übersichtstabellen je Departement zur Evaluation sozialer Medien vom 29.1.2024 (*nicht veröffentlicht*)

⁷⁷ Z. B. swat.io, Hootsuite, Argus Data Insights, Meltwater, Matomo usw.

⁷⁸ Das EFD war bis 2024 das einzige Departement, das seine Aktivitäten in den sozialen Medien nicht regelmässig und allgemein auf Departementsebene evaluierte. Solche Evaluationen wurden in der Folge aber eingeführt.

⁷⁹ Die GPK-N hat im Übrigen festgestellt, dass die Ausführlichkeit der Erklärungen je nach Departement variiert.

⁸⁰ Schreiben des Bundesrates vom 15.3.2024 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

⁸¹ Leitlinie 11 der KID vom Mai 2021: «Die Departemente und Ämter sind angehalten, die eigenen Aktivitäten in den sozialen Medien jährlich zu evaluieren, deren Wirtschaftlichkeit und Reichweite zu überprüfen, Entwicklungen und Trends zu verfolgen und eine regelmässige Erfolgs- und Wirkungskontrolle durchzuführen.»

durch den Bundesrat im Jahr 2021 verbunden mit zusätzlichen Ressourcen und zweitens die Schaffung des audiovisuellen Zentrums der BK (siehe auch Ziff. 2.1). Die Kommission erachtet diese Massnahmen als zweckmässig. Ihrer Ansicht nach handelte der Bundesrat nach der Verabschiedung der Strategie konsequent, indem er die nötigen Anpassungen des Rechtsrahmen vornahm, Evaluationen der bestehenden Instrumente und Praktiken ansties sowie Studien über die Entwicklung künftiger Instrumente erstellen liess.

Die GPK-N zieht eine positive Zwischenbilanz der Umsetzung der Strategie. Diese trägt dazu bei, die Kommunikation der Bundesbehörden zu stärken und zu ergänzen sowie neue Bevölkerungsgruppen zu erreichen. Die Kommission sieht nach wie vor Optimierungspotenzial, namentlich bei der Erstellung von audiovisuellen Inhalten für die sozialen Medien und bei der Nutzung der Möglichkeiten, die diese Kanäle zur Interaktion mit der Bevölkerung bieten. Sie ersucht den Bundesrat, die Departemente und die BK, ihre Überlegungen im Hinblick auf die künftigen Entwicklungen fortzusetzen, dies innerhalb des bestehenden Rechts- und Ressourcenrahmens. In diesem Zusammenhang hat sie Kenntnis genommen vom Entscheid des Bundesrates vom 27. Mai 2026 über die Umsetzung der Mittelkürzungen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit.⁸²

Die GPK-N hält positiv fest, dass alle Departemente und die BK ihre Social-Media-Aktivitäten überwachen und regelmässig evaluieren. Sie erachtet es als zweckmässig, dass das Monitoring dezentralisiert in der Verantwortung des jeweiligen Departements erfolgt. Sie weist aber darauf hin, dass die bestehenden Praktiken relativ heterogen sind und nicht ersichtlich ist, ob alle Departemente in diesem Bereich über klar definierte Prozesse verfügen. Die Kommission ist der Ansicht, dass Verbesserungen möglich wären, namentlich bei den regelmässigen Evaluationen, die sich von Departement zu Departement stark unterscheiden. Sie ersucht den Bundesrat und die BK, den Austausch von Good Practices zwischen den Verwaltungseinheiten zu fördern, zum Beispiel über die KID. Sie erachtet es insbesondere als wichtig, dass sich die Departemente auf die Häufigkeit der regelmässigen Evaluationen einigen. Zudem sollte präzisiert werden, in welchen Fällen die Führungsverantwortlichen über die Ergebnisse der Evaluationen zu informieren und in die strategischen Entscheide über die Nutzung der sozialen Medien einzubeziehen sind. Ausserdem könnten die Departemente bei den Analysetools Synergien nutzen.

Insgesamt hält die GPK-N fest, dass die sozialen Medien in den vergangenen Jahren bei der Information der Bevölkerung zunehmend an Bedeutung gewonnen haben. Allerdings weist ihre Nutzung in der gegenwärtigen globalen Lage verschiedene ethische und sicherheitstechnische Fragen auf, insbesondere hinsichtlich der Transparenz der Algorithmen und des Umgangs mit Falschinformationen. Die Kommission erachtet es insbesondere als wichtig, dass der Bundesrat und die BK in Zusammenarbeit mit den anderen involvierten Verwaltungseinheiten (namentlich mit dem Bundesamt für Kommunikation) die Entwicklungen in diesem Bereich aufmerksam verfolgen und

⁸² Bundesrat legt Umsetzung der Kürzungen in der Öffentlichkeitsarbeit 2027 bis 2029 fest, Medienmitteilung des Bundesrates vom 27.5.2026; Kürzung der Mittel für die Öffentlichkeitsarbeit: Umsetzung des parlamentarischen Auftrags, Umsetzungskonzept der BK vom 1.6.2026 (*nicht veröffentlicht*)

nötigenfalls das einschlägige Recht, die Strategie «soziale Medien» oder die Kommunikationspraktiken der Verwaltungseinheiten anpassen. Nach Ansicht der GPK-N ist es wesentlich, dass die Bundesverwaltung über klare Prozesse verfügt, um die sie betreffende Desinformation in den sozialen Medien zu bekämpfen. Sie verweist in diesem Zusammenhang auf die Massnahmen, die der Bundesrat in seinem Bericht vom Juni 2024 über Beeinflussungs- und Desinformationsaktivitäten⁸³ erwähnt, und auf den vom Bundesrat ausgearbeiteten Entwurf eines Gesetzes über Kommunikationsplattformen und Suchmaschinen (KomPG), zu dem von Oktober 2025 bis Februar 2026 eine Vernehmlassung stattfand⁸⁴.

2.4 Monitoring der Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit

Empfehlung 6 von 2019: Kontrolle der Kostenentwicklung der Öffentlichkeitsarbeit
Die GPK-N lädt den Bundesrat ein, die Kostenentwicklung im Bereich der Kommunikation weiterhin eng zu begleiten. Die GPK-N bittet den Bundesrat ausserdem, Massnahmen zu ergreifen, um das Bewusstsein für die Kostenfragen bei den Kommunikationsverantwortlichen innerhalb der Bundesverwaltung zu stärken und dafür Sorge zu tragen, dass in den Departementen eine regelmässige Kontrolle der Kommunikationskosten erfolgt.

Die GPK-N hat sich im Rahmen ihrer Nachkontrolle darüber informiert, wie sich die Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit des Bundes in den letzten Jahren entwickelten, welche Faktoren diese Entwicklung beeinflussten und wie der Bund und die Departemente die Kostenentwicklung überwachen. Ausserdem hat sie sich damit befasst, wie sich die Krisen der vergangenen Jahre auf die Öffentlichkeitsarbeit des Bundes auswirkten.

Entwicklung der Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit zwischen 2019 und 2024

Die Verwaltungseinheiten weisen die jährlichen Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit gemäss der Wegleitung der EFV (siehe hierzu Empfehlung 7) aus.⁸⁵ Die genauen Zahlen inklusive Erläuterung finden sich in der Staatsrechnung.⁸⁶ Der Bundesrat betonte gegenüber der GPK-N, dass es keinen anderen Tätigkeitsbereich des Bundes gibt, in dem die Ausgaben derart detailliert ausgewiesen werden.⁸⁷

⁸³ Beeinflussungsaktivitäten und Desinformation, Bericht des Bundesrates in Erfüllung des Postulats «Auslegeordnung zur Bedrohung der Schweiz durch Desinformationskampagnen» der Sicherheitspolitischen Kommission des Nationalrates (SiK-N) vom 18.1.2022 (22.3006). Der Bundesrat nennt als Massnahmen unter anderem Früherkennung, Sensibilisierung und Bildung der Bevölkerung sowie verstärkter Austausch in der Bundesverwaltung (siehe Kap. 7 des Berichts).

⁸⁴ Neues Gesetz über Kommunikationsplattformen und Suchmaschinen: Start der Vernehmlassung, Medienmitteilung des Bundesrates vom 29.10.2025

⁸⁵ Schreiben des Bundesrates vom 16.8.2023 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*). Die Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit umfassen den Personal-, den Sach- und den Betriebsaufwand aller sieben Departemente (Generalsekretariate und 41 Ämter) und der Bundeskanzlei sowie die Übersetzungsleistungen in alle Landessprachen.

⁸⁶ Bis 2022: Staatsrechnung, Band 1, Kap. 5 («Spezialthemen»); seit 2023: Staatsrechnung, Band 1B, Kap. D («Spezialthemen»).

⁸⁷ Schreiben des Bundesrates vom 15.3.2024 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

Angaben zur Entwicklung der Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit des Bundes im Zeitraum von 2019 bis 2024 finden sich in Anhang 1. Diese Zahlen zeigen, dass sich die Ausgaben in diesem Bereich nach einem starken Anstieg zwischen 2019 und 2021 (von 91,2 auf 118,8 Millionen Franken) in den Jahren 2022 und 2023 stabilisierten (108 Millionen und 110,5 Millionen Franken) und 2024 wieder zurückgingen (105,5 Millionen Franken). Auf die Öffentlichkeitsarbeit entfallen zwischen 0,7 und 0,9 Prozent des Personal-, Sach- und Betriebsaufwands des Bundes und rund 0,1 Prozent des Gesamtaufwands. Rund zwei Drittel der Ausgaben für die Öffentlichkeitsarbeit entfallen auf den Personalaufwand (69,5 % im Jahr 2024).

Die Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit variieren von Departement zu Departement. Das VBS verzeichnete zwischen 2019 und 2024 die höchsten Ausgaben (zwischen 20,3 und 26,4 Millionen Franken pro Jahr und rund ein Viertel des Personalaufwands).⁸⁸ Die Ausgaben des EDI stiegen von 2019 auf 2021 wegen der Covid-19-Pandemie stark an (von 16,5 auf 36,7 Millionen Franken). Anschliessend sanken sie 2024 wieder auf das vorherige Niveau (15,6 Millionen Franken). An dritter Stelle liegt das WBF, dessen Ausgaben von 9,9 Millionen Franken im Jahr 2019 auf 13,5 Millionen Franken im Jahr 2024 anstiegen. Die Ausgaben der anderen Departemente und der BK liegen zwischen 5 Millionen und 11 Millionen Franken pro Jahr.

Laut Bundesrat gibt es mehrere Faktoren, welche die Kostenentwicklung der vergangenen Jahre beeinflussten:⁸⁹ erstens die *Krisen*, die der Bund zu bewältigen hatte (siehe unten), zweitens die *Digitalisierung der Kommunikation*, insbesondere die Social-Media-Aktivitäten, die zu den traditionellen Kommunikationsaufgaben hinzugekommen sind,⁹⁰ drittens die *Erfassung neuer Ausgaben*⁹¹ und viertens punktuelle oder länger dauernde *departementsspezifische Entwicklungen oder Projekte*⁹².

Der Bundesrat betonte, dass sich die «Aufwendungen für die Öffentlichkeitsarbeit in einem vernünftigen Rahmen zu bewegen haben». Vor dem Hintergrund seines Informationsauftrages und angesichts der Bedeutung der Information für die Bevölkerung

⁸⁸ Mit Ausnahme von 2021 und 2022, als das EDI höhere Ausgaben verzeichnete.

⁸⁹ Schreiben des Bundesrates vom 16.8.2023 und vom 15.3.2024 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

⁹⁰ Wichtige Auswirkung insbesondere für die BK (neues audiovisuelles Zentrum). Im Zusammenhang mit der Strategie «soziale Medien» genehmigte der Bundesrat 2021 zehn neue Stellen. Dieser Beschluss wurde 2022 vom Parlament bestätigt (siehe Ziff. 2.4).

⁹¹ Insbesondere, nachdem 2021 die Wegleitung der EFV zur Erfassung der Aufwände der Öffentlichkeitsarbeit verabschiedet wurde (siehe Empfehlung 7).

⁹² Schreiben des Bundesrates vom 16.8.2023 und vom 15.3.2024 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*), Anhörung der BK und der EFV vom 7.9.2023. Laut Bundesrat entstehen Zusatzkosten «etwa aufgrund der Präsidentschaftsjahre, infolge einer erhöhten Nachfrage nach Informationen wegen bedeutender Ereignisse, aufgrund der Anzahl zu betreuender Abstimmungsvorlagen oder wegen des Transfers von Abteilungen oder Bundesämtern». Der Bundesrat und die BK nannten verschiedene Beispiele für Departementsprojekte, welche die Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit erhöhten, namentlich die Berufsbildungskampagne des Staatssekretariats für Bildung, Forschung und Innovation (SBFI), die Schaffung neuer Webplattformen (wie EasyGov.swiss), den Transfer des Sektors Digitale Transformation und Innovation (DTI) vom EFD zur BK, verschiedene humanitäre Hilfsmissionen (EDA), die Organisation von internationalen Grosskonferenzen (EDI und EDA).

und die Medien erachtet er die Aufwände für die Öffentlichkeitsarbeit als gerechtfertigt.⁹³

Auswirkungen der jüngsten Krisen auf die Öffentlichkeitsarbeit

Der Bundesrat unterstrich die erheblichen Folgen der verschiedenen Krisen seit 2019 (Covid-19-Pandemie, Ukrainekrieg, Energiekrise, Credit-Suisse-Krise und Nahostkonflikt) für die Öffentlichkeitsarbeit der Bundesbehörden. Laut ihm haben diese Krisen und die damit verbundenen sicherheits-, asyl-, gesundheits-, energie-, wirtschafts- und finanzpolitischen Auswirkungen zu erweiterten Informationspflichten von Bundesrat, Departementen und Bundesämtern geführt.⁹⁴ Der entstandene Mehraufwand wird durch den Einsatz von Personal aus den Fachabteilungen und durch den Beizug von externen Fachleuten bewältigt. Die entsprechenden Kosten werden als Aufwände für die Öffentlichkeitsarbeit erfasst.⁹⁵

Insbesondere die Covid-19-Pandemie hatte erhebliche Auswirkungen auf die Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit des Bundes. Laut Bundesrat ist hauptsächlich die Pandemie für den Kostenanstieg – namentlich beim EDI (Bundesamt für Gesundheit [BAG]), beim WBF (Staatssekretariat für Wirtschaft [SECO]) und beim EDA – zwischen 2019 und 2022 verantwortlich.⁹⁶ Im Zusammenhang mit der Pandemie behandelte der Bundesrat über 900 Geschäfte und dazu wurden zwischen 2020 und 2022 190 Medienkonferenzen organisiert. Die Informationskampagnen des BAG verursachten ebenfalls erhebliche Kosten.⁹⁷ Das Bundesamt wurde zudem von den Medien besonders in Anspruch genommen und musste gewisse Informationen in bis zu 20 Sprachen übersetzen lassen.

Laut Bundesrat wurde ein Grossteil des Mehraufwandes durch die Covid-19-Pandemie mit dem vorhandenen Personal der Departemente und der Bundesämter bewältigt, auf Basis von Vertrauensarbeitszeit sowie durch Sistierung oder Umpriorisierung von Aufgaben und Projekten.⁹⁸ Das BAG nutzte im Übrigen die in der Leistungsvereinbarung betreffend die Information der Öffentlichkeit in Krisensituationen vorgesehene Möglichkeit, wonach sich die informationsführende Stelle in ausserordentlichen Lagen unterstützen lassen und auf personelle Ressourcen aus den Informationsdiensten der anderen Departemente und Bundesämter zurückgreifen kann.⁹⁹ Trotz dieser

⁹³ Schreiben des Bundesrates vom 16.8.2023 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

⁹⁴ Schreiben des Bundesrates vom 15.3.2024 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

⁹⁵ Schreiben des Bundesrates vom 15.3.2024 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

⁹⁶ Schreiben des Bundesrates vom 16.8.2023 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*), Anhörung der BK und der EFV vom 7.9.2023

⁹⁷ Schreiben des Bundesrates vom 16.8.2023 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*), Anhörung der BK und der EFV vom 7.9.2023. Die BAG-Kampagne verursachte 2020 Kosten von 15,5 Millionen Franken und 2021 von 14 Millionen Franken. Die Informationsmassnahmen während der Impfkampagne kosteten weitere 6 Millionen Franken. Die entsprechenden Kosten wurden über zwei Nachtragskredite (22 Millionen Franken), die 2020 und 2021 genehmigt wurden, sowie über den Stopp anderer Kampagnen und Projekte des Bundesamtes (3,5 Millionen Franken) gedeckt.

⁹⁸ Schreiben des Bundesrates vom 16.8.2023 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

⁹⁹ Schreiben des Bundesrates vom 16.8.2023 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*). Auch das SECO nutzte diese Möglichkeit im Zusammenhang mit dem Ukrainekrieg und das EFD im Zusammenhang mit der CS-Krise.

Massnahmen bestand Bedarf an zusätzlichen Ressourcen, um die Kommunikationsaufgaben im Zusammenhang mit der Pandemie zu bewältigen. Der Bundesrat bewilligte dem EDI deshalb zusätzlich 25 befristete Stellen. Nach der Pandemie gingen die Kosten des BAG für die Öffentlichkeitsarbeit wieder deutlich zurück.¹⁰⁰ Allerdings sieht sich das Bundesamt mit einem allgemeinen Anstieg der Informationssuche im Gesundheitsbereich konfrontiert.¹⁰¹

Ab Februar 2022 stellte der Ukrainekrieg eine zusätzliche Herausforderung für die Öffentlichkeitsarbeit des Bundes dar. Dieser Konflikt war Gegenstand von mehr als 400 Bunderatsgeschäften innert zwei Jahren und betraf alle Departemente. Er hatte Auswirkungen auf die Landesversorgung, insbesondere im Energiebereich, und warf zahlreiche Fragen zur Sicherheitslage, zu Sanktionen, zur Neutralität und zu Kriegsmaterialexporten auf. Es entstand erheblicher Kommunikations- und Koordinationsbedarf zwischen den betroffenen Departementen und Bundesämtern.¹⁰²

Über die genannten Informationen hinaus hat die GPK-N das Thema der Krisenkommunikation des Bundes im Rahmen dieser Nachkontrolle nicht vertieft. Die Kommission plant, diesen Aspekt 2026 in einem gesonderten Dossier mit der BK zu thematisieren.

Monitoring und Steuerung der Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit

Die Departemente und Bundesämter befassen sich laut Bundesrat ständig mit der Entwicklung und der Steuerung der Kosten und messen dem effizienten Mitteleinsatz grosse Bedeutung zu.¹⁰³ Der Personalaufwand für die Öffentlichkeitsarbeit werde gemäss der EFV-Wegleitung erfasst. Laut Bundesrat ermitteln die Verwaltungseinheiten für die Staatsrechnung mindestens einmal jährlich die Stellenprozente, die für die Öffentlichkeitsarbeit aufgewendet wurden.¹⁰⁴

Die GPK-N hat sich eingehend darüber informiert, wie die Departemente und die BK im Rahmen ihrer Geschäftsführungsprozesse die Kosten für ihre Öffentlichkeitsarbeit kontrollieren und steuern (siehe Anhang 2)¹⁰⁵. Allgemein wird diese Aufgabe zentralisiert von den Generalsekretariaten erfüllt. Diese geben die Ziele und den Budgetrahmen der einzelnen Verwaltungseinheiten vor. Die Verantwortung für die Planung und Umsetzung liegt aber üblicherweise bei den Einheiten selbst. Die Schaffung neuer Stellen bedarf grundsätzlich der Zustimmung des Generalsekretariats im Rahmen des Budgetprozesses. Mehrere Departemente betonten die Bedeutung der Kostentransparenz und der Aufgabepriorisierung. Die Informationen zeigen jedoch, dass sich der

¹⁰⁰ Sie sanken von 27,1 Millionen Franken im Jahr 2021 auf 12,6 Millionen Franken im Jahr 2023. Die Personalressourcen des BAG für die Öffentlichkeitsarbeit sanken von 31,5 VZÄ im Jahr 2021 auf 22,6 VZÄ im Jahr 2023.

¹⁰¹ So stiegen beispielsweise die Medienanfragen an das BAG von 1500 im Jahr 2019 auf 2000 im Jahr 2022.

¹⁰² Schreiben des Bundesrates vom 16.8.2023 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*), Anhörung der BK und der EFV vom 7.9.2023

¹⁰³ Schreiben des Bundesrates vom 15.3.2024 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

¹⁰⁴ Schreiben des Bundesrates vom 16.8.2023 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

¹⁰⁵ Schreiben des Bundesrates vom 16.8.2023 und vom 15.3.2024 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

Handlungsspielraum der Verwaltungseinheiten bei der Kostensteuerung von Departement zu Departement unterscheidet.¹⁰⁶

Sensibilisierung der Kommunikationsverantwortlichen für die Kostenfrage

Bezugnehmend auf ihre Empfehlung hat sich die GPK-N beim Bundesrat auch darüber informiert, was getan wurde, um die Kommunikationsverantwortlichen für das Thema der Kosten zu sensibilisieren.

Der Bundesrat ist der Ansicht, dass die jährliche Erfassung der Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit pro Verwaltungseinheit inklusive Erläuterung für die Staatsrechnung (siehe oben) die betreffenden Personen stark sensibilisiert. Im Weiteren wird das Thema einmal pro Jahr in der KID traktandiert (Austausch über die Umsetzung der EFV-Wegleitung über die Kommunikationsausgaben). Die KID befasste sich in den letzten Jahren zudem im Zusammenhang mit verschiedenen parlamentarischen Vorstössen und den Arbeiten der GPK-N regelmässig mit der Kostenfrage.¹⁰⁷

Der Bundesrat unterstrich, dass in keinem anderen Bereich der Bundesverwaltung ein so intensives Monitoring erfolgt wie bei der Öffentlichkeitsarbeit. Er beurteilt die bestehenden Prozesse und Instrumente des Neuen Führungsmodells Bund (NFB) und die regelmässigen Überprüfungen durch die Departemente und Bundesämter als ausreichend.¹⁰⁸

Ausblick in Sachen Öffentlichkeitsarbeit und deren Kosten

Die GPK-N ersuchte den Bundesrat, die künftige Entwicklung der Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit des Bundes einzuschätzen. Laut Bundesrat werden vor allem drei Faktoren entscheidend sein:¹⁰⁹

- *Die fortschreitende Digitalisierung und die damit verbundenen Herausforderungen:* Laut Bundesrat schafft die Digitalisierung neue Kanäle, Möglichkeiten und Dienstleistungen (Service-Bots, maschinelle Übersetzungen, generative künstliche Intelligenz usw.), deren Potenzial im Einzelfall geprüft werden muss. Allerdings entstehen dadurch auch neue Herausforderungen wie Desinformations- und Beeinflussungskampagnen ausländischer Staaten, Deep Fakes oder die immer stärkere Verbreitung der künstlichen Intelligenz. Nach Einschätzung des Bundesrates werden offizielle amtliche Kanäle mit faktenbasierten Informationen, welche die Bevölkerung kennt und denen sie vertraut, in Zukunft wichtiger.
- *Die geopolitische Lage und die Krisensituationen:* Laut Bundesrat ist die Wahrscheinlichkeit von Krisen, über welche die Behörden zu kommunizieren haben, grösser geworden. Er ist der Ansicht, dass eine gute und kontinuierliche Kom-

¹⁰⁶ So bevorzugen das EDA und die BK eine zentralisierte Führung, wohingegen die Führung in Sachen Öffentlichkeitsarbeit in den anderen Departementen Sache der Verwaltungseinheiten ist, die dann regelmässig dem Generalsekretariat Bericht erstatten.

¹⁰⁷ Schreiben des Bundesrates vom 16.8.2023 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*), Anhörung der BK und der EFV vom 7.9.2023

¹⁰⁸ Schreiben des Bundesrates vom 15.3.2024 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

¹⁰⁹ Schreiben des Bundesrates vom 15.3.2024 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

munikation entscheidend dazu beiträgt, die Glaubwürdigkeit staatlicher Informationstätigkeit sicherzustellen, Fehler und Missverständnisse zu verhindern sowie potenziellen Schaden zu minimieren. Seit der Covid-19-Pandemie komme der Federführung und der Koordinationsrolle des Bundes im Krisenfall und bei wichtigen Dossiers noch grössere Bedeutung zu.

- *Neue Staatsaufgaben und neue Ansprüche an die Kommunikation des Staates:* Neue Staatsaufgaben oder neue Ansprüche an die Kommunikation des Staates führen ebenfalls zu neuen Anforderungen an die Öffentlichkeitsarbeit des Bundesrates und der Bundesverwaltung. Der Bundesrat nennt als Beispiel die politischen Diskussionen über verschiedene Informationsangebote für Menschen mit Behinderungen (Übersetzungen in die Gebärdensprache, in die Leichte Sprache oder in die Lautsprache).

Ende 2025 beschloss das Parlament, die jährlichen Mittel für die Öffentlichkeitsarbeit des Bundes ab 2026 um 6,25 Millionen Franken zu kürzen (siehe Ziff. 1.2). Der Bundesrat beauftragte die BK und die Departemente, bis Mai 2026 einen Plan zur Umsetzung dieses Beschlusses für die Jahre 2027 bis 2029 auszuarbeiten. Es ist noch unklar, wie sich diese Kürzung auf die künftige Öffentlichkeitsarbeit des Bundes auswirkt.

Beurteilung durch die GPK-N

Die GPK-N erachtet ihre Empfehlung insgesamt als umgesetzt. Der Bundesrat verfolgt weiterhin aufmerksam die Entwicklung der Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit und achtet darauf, dass die Kommunikationsverantwortlichen für dieses Thema sensibilisiert werden. Das standardisierte Verfahren, anhand von dem jedes Jahr für alle Verwaltungseinheiten die Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit erfasst werden, sorgt für grosse Transparenz gegenüber der Öffentlichkeit. Es stellt zudem sicher, dass die Kostenfrage in der Bundesverwaltung und in der KID regelmässig thematisiert wird, was die GPK-N begrüsst.

Die Kommission hält fest, dass ihr der Bundesrat detaillierte Informationen dazu vorgelegt hat, wie die verschiedenen Departemente und die BK im Rahmen ihrer Geschäftsführung die Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit kontrollieren und steuern. Zwar bestehen aufgrund der Dezentralisierung der Öffentlichkeitsarbeit Unterschiede zwischen den Departementen (siehe Ziff. 2.2), doch wird die Kostenfrage regelmässig thematisiert und scheinen sich die Departemente und die BK der Herausforderungen in diesem Bereich bewusst.

Die Kommission hat die Erläuterungen des Bundesrates betreffend die Kostenentwicklung der vergangenen Jahre zur Kenntnis genommen. Es steht ihr nicht zu, diese Entwicklung oder die Wirtschaftlichkeit der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesverwaltung zu beurteilen, da dieser Aspekt in die Zuständigkeit der FK fällt. Die Angaben des Bundesrates scheinen ihr aber vollständig und schlüssig.

Für die GPK-N ist offensichtlich, dass die jüngsten Krisen – und insbesondere die Covid-19-Pandemie – erhebliche Auswirkungen auf die Öffentlichkeitsarbeit des Bundes hatten. Die Kommission erachtet die Erklärungen des Bundesrates hierzu als nachvollziehbar. Sie begrüsst, dass sich die Departemente bestmöglich bemüht haben, die zusätzlichen Kommunikationsaufgaben durch interne Personalverschiebungen und Umpriorisierungen aufzufangen. Sie hält es zudem für zweckmässig, dass in der

besonderen Situation, welche die Pandemie darstellte, befristet zusätzliches Personal eingestellt wurde. Sie nimmt im Weiteren zur Kenntnis, dass der Bundesrat auf eine Redimensionierung der Öffentlichkeitsarbeit nach der Krise achtete. So gingen die Ausgaben des EDI für die Öffentlichkeitsarbeit 2024 auf ein ähnliches Niveau wie 2019 zurück.

Die GPK-N sieht allerdings wie der Bundesrat die Gefahr, dass die Anzahl bereichsübergreifender Krisen in den kommenden Jahren stark zunimmt. Solche Krisen stellen für die Öffentlichkeitsarbeit des Bundes eine echte Herausforderung dar. Sie teilt die Auffassung des Bundesrates, dass die Digitalisierung ein zentrales Thema darstellen wird. Vor diesem Hintergrund erachtet sie es als äusserst wichtig, dass zuverlässige offizielle Informationskanäle, die bei der Bevölkerung grosses Vertrauen geniessen, gepflegt und weiterentwickelt werden. Sie geht davon aus, dass der Bundesrat dem Parlament nötigenfalls Vorschläge zur Bewältigung dieser verschiedenen Herausforderungen unterbreiten wird.

Die GPK-N äussert sich nicht zu den Auswirkungen der vom Parlament Ende 2025 beschlossenen Sparmassnahmen auf die Öffentlichkeitsarbeit oder zu den Aufgabepriorisierungen, die diese Massnahmen nach sich ziehen werden. Sie verzichtet zudem auf eine detaillierte Analyse der Entwicklung der Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit für jede der 41 Verwaltungseinheiten des Bundes. Diese Aspekte fallen in die Zuständigkeit der Finanzoberaufsicht, die von den FK ausgeübt wird. Diese nehmen jedes Jahr bei der Behandlung der Staatsrechnung Kenntnis von der Kostenentwicklung und befinden bei den Budgetberatungen über den finanziellen Rahmen für die Öffentlichkeitsarbeit.

Empfehlung 7 von 2019: Ausweisung und Kategorisierung der Kosten aller Informations- und Kommunikationstätigkeiten

Die GPK-N lädt den Bundesrat ein, zu prüfen, ob auch andere Verwaltungseinheiten, welche Kommunikationsaufgaben wahrnehmen, ähnlich wie das ZEM bisher in der Staatsrechnung nicht entsprechend ausgewiesen wurden bzw. in die Kommunikationskosten aufgenommen werden sollten.

Des Weiteren lädt sie den Bundesrat ein, zu prüfen, ob eine Klärung der Kategorisierung der Kosten für Informations- und Kommunikationstätigkeiten sowie Übersetzungsarbeiten durch die EFV und die Departemente angezeigt wäre.

Die GPK-N hat sich im Rahmen ihrer Nachkontrolle über den Stand der Arbeiten informiert, die der Bundesrat seit 2019 unternommen hat, um die neuen Verwaltungseinheiten mit Kommunikationsaufgaben in die Staatsrechnung zu integrieren sowie um die Kosten der Informations- und Kommunikationstätigkeiten zu kategorisieren.

Integration der neuen Verwaltungseinheiten mit Aufgaben im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit

Laut Bundesrat wurde nur eine weitere Kommunikationstätigkeit erkannt, die nicht als solche ausgewiesen war. Diese wird seit 2019 ebenfalls unter den Ausgaben für die Öffentlichkeitsarbeit erfasst. Es handelt sich dabei um einen bescheidenen Betrag

im VBS.¹¹⁰ Inzwischen werden also alle Verwaltungseinheiten mit Kommunikationsaufgaben bei der Berechnung der Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit berücksichtigt. Im Weiteren werden seit 2021 verschiedene weitere Aktivitäten bei der Berechnung dieser Kosten berücksichtigt (siehe unten).

Kategorisierung der Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit

In ihrem Bericht von 2019 stellte die GPK-N fest, dass die Zuweisung der Kommunikationskosten in einigen Punkt anfällig für Missverständnisse ist. So wurden beispielsweise die Übersetzungen nicht systematisch in dieser Kategorie erfasst.

Ausgehend von der Empfehlung 7 beauftragte der Bundesrat die BK, in Zusammenarbeit mit der EFV und der KID die Wegleitung über die Erfassung der Kosten im Bereich Kommunikation zu überprüfen und die Kostenkategorisierung zu klären. Die revidierte Wegleitung wurde im März 2021 verabschiedet und gilt seit dem Rechnungsjahr 2021.¹¹¹ Sie sieht inzwischen die Verbuchung verschiedener präzisierter Elemente vor, unter anderem in Bezug auf die Übersetzungen für die Öffentlichkeitsarbeit und verschiedene Informatikkosten im Zusammenhang mit der Kommunikation und den internen Kommunikationsaufwand.¹¹²

Beurteilung durch die GPK-N

Die Kommission kommt zum Schluss, dass ihre Empfehlung umgesetzt ist. Sie zieht eine positive Bilanz der Massnahmen, die in dieser Sache seit 2019 ergriffen worden sind.

Die Kommission geht davon aus, dass inzwischen alle Einheiten und Aktivitäten des Bundes im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit korrekt als solche verbucht werden und so die Transparenz des staatlichen Handels in diesem Bereich sichergestellt ist. Sie begrüsst insbesondere die Revision der einschlägigen Wegleitung, die eine einheitliche Verbuchungspraxis der Departemente und ein gemeinsames Verständnis der Tätigkeit der Öffentlichkeitsarbeit gewährleistet.

3 Schlussfolgerungen

Die GPK-N zieht ausgehend von den Informationen, die sie erhalten hat, eine positive Bilanz der Umsetzung ihrer sieben Empfehlungen von 2019 betreffend die Öffentlichkeitsarbeit des Bundes. Sie hält fest, dass der Bundesrat, die Departemente und die Verwaltungseinheiten seit der Veröffentlichung des GPK-Berichts verschiedene Massnahmen ergriffen haben, um Einheitlichkeit, Wirksamkeit und Transparenz der Öffentlichkeitsarbeit des Bundes zu stärken.

¹¹⁰ Schreiben des Bundesrates vom 16.8.2023 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*), Anhörung der BK und der EFV vom 7.9.2023. Es handelt sich um 1,3 VZÄ und 145 000 Franken Sachaufwand in der Gruppe Verteidigung.

¹¹¹ Zur Wegleitung gibt es eine Erläuterung. Der Bundesrat liess der GPK-N beide Dokumente zur Kenntnisnahme zukommen.

¹¹² Schreiben des Bundesrates vom 16.8.2023 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*), Anhörung der BK und der EFV vom 7.9.2023. Im Jahr 2023 wurden für Übersetzungen für die Öffentlichkeitsarbeit 50 VZÄ erfasst.

Allem voran begrüsst die Kommission die Massnahmen zur *Förderung des Austauschs innerhalb der Bundesverwaltung* und zur *Nutzung der Querschnittskompetenzen* in Sachen Öffentlichkeitsarbeit (Empfehlungen 1 und 2). Sie nimmt zur Kenntnis, dass die strategische Koordinationsrolle der KID gestärkt wurde. Sie erachtet die Schaffung eines zentralisierten und der BK angegliederten audiovisuellen Zentrums als positiv und zieht eine erste erfreuliche Bilanz dieses Zentrums. Die GPK-N hält im Weiteren fest, dass das Zentrum Digitale Medien der Armee zwar hauptsächlich für das VBS arbeitet, aber im Rahmen seiner Möglichkeiten bereit ist, sein Fachwissen den anderen Verwaltungseinheiten des Bundes zur Verfügung zu stellen. Allgemein stellt sie fest, dass die für die Öffentlichkeitsarbeit zuständigen Stellen regelmässige Kontakte pflegen, auch wenn diese vor allem den Erfahrungsaustausch und die Koordination betreffen und weniger die konkreten Dienstleistungen. Sie ersucht den Bundesrat, den Austausch und die Nutzung von Synergien in diesem Bereich weiterhin bestmöglich zu fördern.

Im Weiteren nimmt die GPK-N erfreut zur Kenntnis, dass inzwischen alle Departemente über *Leitlinien* («Kommunikationskonzepte») verfügen, die Mindestvorgaben für die wichtigsten Aspekte der Öffentlichkeitsarbeit enthalten (Empfehlung 3). Diese Konzepte stellen einerseits eine einheitliche Kommunikation der Bundesbehörden sicher und wahren andererseits die Autonomie der Departemente in Sachen Öffentlichkeitsarbeit. Die Kommission erkennt keine Notwendigkeit für eine stärkere Harmonisierung der Leitlinien oder eine veränderte Rolle der BK. Sie ersucht den Bundesrat, dafür zu sorgen, dass die Kommunikationskonzepte der Departemente regelmässig aktualisiert werden.

Die Kommission zieht auch bezüglich der Entwicklung der *periodisch erscheinenden Publikationen des Bundes* eine positive Bilanz (Empfehlung 4). Sie hält fest, dass verschiedene Massnahmen zur verstärkten Digitalisierung der Publikationen ergriffen wurden und die Anzahl Drucksachen deutlich gesunken ist. Diese Veränderung scheint keine negativen Auswirkungen auf den Inhalt der Kommunikationsprodukte gehabt zu haben. Die Kommission nimmt ausserdem zur Kenntnis, dass regelmässig Umfragen zu den Gewohnheiten des Zielpublikums und zu den Publikationsformaten durchgeführt werden. Sie begrüsst, dass sich das BBL regelmässig mit den betroffenen Einheiten über dieses Thema austauscht.

Eine wichtige Entwicklung seit 2019 betrifft die *Nutzung der sozialen Medien durch den Bund* (Empfehlung 5). Die GPK-N begrüsst insbesondere, dass der Bundesrat 2021 die Strategie «soziale Medien» verabschiedet hat, welche die Kommunikation der Bundesbehörden ergänzt und dazu beiträgt, neue Bevölkerungsgruppen zu erreichen. Sie ist der Ansicht, dass der Bundesrat nach der Verabschiedung dieser Strategie konsequent gehandelt hat, insbesondere, indem er die nötigen Änderungen am Rechtsrahmen vorgenommen hat. Die GPK-N hält ferner positiv fest, dass alle Departemente und die BK ihre Social-Media-Aktivitäten überwachen und regelmässig evaluieren. Sie erkennt in diesem Bereich allerdings noch Optimierungspotenzial (siehe unten).

Darüber hinaus ist die Kommission der Auffassung, dass ihre Empfehlungen betreffend das *Monitoring der Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit* (Empfehlung 6 und 7) umgesetzt sind. Sie hält fest, dass der Bundesrat die Kostenentwicklung aufmerksam verfolgt und bestrebt ist, die Kommunikationsverantwortlichen für die Kostenfrage zu sensibilisieren. Das standardisierte Verfahren zur jährlichen Erfassung der Kosten für

die Öffentlichkeitsarbeit des Bundes schafft die nötige Transparenz gegenüber der Öffentlichkeit und sorgt dafür, dass die Kostenfrage in der Bundesverwaltung regelmässig thematisiert wird.

Die GPK-N stellt ferner fest, dass die jüngsten Krisen, die der Bund zu bewältigen hatte, – namentlich die Covid-19-Pandemie – erhebliche Auswirkungen auf die Öffentlichkeitsarbeit des Bundes hatten. Sie begrüsst, dass die Departemente bestmöglich darauf achteten, die zusätzlichen Kommunikationsaufgaben mit den vorhandenen Ressourcen zu erfüllen, und zu diesem Zwecke interne Personalverschiebungen und Umpriorisierungen vornahmen. Im Übrigen ist die Kommission der Ansicht, dass die befristete Anstellung von zusätzlichem Personal zur Unterstützung der am meisten beanspruchten Einheiten in der besonderen Situation, welche die Pandemie darstellte, eine zweckmässige Massnahme war. Sie hält zudem fest, dass der Bundesrat ein besonderes Augenmerk darauf richtete, die Kommunikationsausgaben nach der Krise wieder zu redimensionieren. Dadurch gingen zum Beispiel die Ausgaben des EDI auf ein ähnliches Niveau wie vor der Pandemie zurück.

Insgesamt kommt die GPK-N zum Schluss, dass ihre Empfehlungen umgesetzt sind. Dennoch sieht sie sechs Punkte, bei denen noch Optimierungspotenzial besteht oder denen der Bundesrat künftig besondere Aufmerksamkeit schenken sollte:

- *Stärkung der Rolle der KID als Austauschplattform* (Ziff. 2.1): Die Kommission bittet den Bundesrat, dafür zu sorgen, dass sich die Departemente noch aktiver in den Austausch der KID über strategische Fragen einbringen. Zudem ersucht sie ihn, sicherzustellen, dass die relevanten strategischen Informationen aus der KID innerhalb der Departemente korrekt weitergegeben werden.
- *Rolle des Webforums Bund* (Ziff. 2.1): Die Kommission ersucht den Bundesrat, die Möglichkeit zu prüfen, das Mandat und die Leitlinien dieses Gremiums in einem formellen Dokument festzuhalten, sofern dies noch nicht der Fall ist.
- *Gemeinsame Nutzung technischer Systeme* (Ziff. 2.1): Die Kommission ersucht den Bundesrat, in der Bundesverwaltung die gemeinsame Nutzung von technischen Systemen im Bereich der Kommunikation, namentlich der DMA-Mediathek, zu fördern.
- *Kenntnis von den übergeordneten Kommunikationsleitlinien* (Ziff. 2.2): Die Kommission ersucht den Bundesrat, dafür zu sorgen, dass alle Personen, die in der Öffentlichkeitsarbeit des Bundes tätig sind, für den Inhalt der Referenzdokumente der KID und der BK sensibilisiert werden und diesbezüglich immer auf dem aktuellen Stand sind.
- *Regelmässige Evaluationen der Social-Media-Aktivitäten* (Ziff. 2.4): Die Kommission ersucht den Bundesrat und die BK, den Austausch von diesbezüglichen Good Practices zwischen den Verwaltungseinheiten des Bundes zu fördern, zum Beispiel über die KID. Sie erachtet es als wichtig, dass sich die Departemente auf die Häufigkeit dieser Evaluationen einigen. Zu präzisieren wäre ausserdem, in welchen Fällen die Führungsverantwortlichen über die Ergebnisse der Evaluationen zu informieren und in die strategischen Entscheide einzubeziehen sind. Ferner könnten die Departemente Synergien bei den zum Einsatz kommenden Analyse-tools nutzen.

- *Ethische und sicherheitstechnische Herausforderungen im Zusammenhang mit den sozialen Medien* (Ziff. 2.4): Die Kommission erachtet es als besonders wichtig, dass der Bundesrat und die BK, in Zusammenarbeit mit den anderen involvierten Verwaltungseinheiten, die Entwicklung in diesem Bereich aufmerksam verfolgen und nötigenfalls das einschlägige Recht, die Strategie «soziale Medien» und die Kommunikationspraktiken der Verwaltungseinheiten anpassen. Sie hält es für wesentlich, dass die Bundesverwaltung über klare Prozesse verfügt, um die sie betreffende Desinformation in den sozialen Medien zu bekämpfen.

Nach Ansicht der GPK-N wird die Bundesverwaltung in den kommenden Jahren zahlreiche Herausforderungen in Sachen Öffentlichkeitsarbeit zu bewältigen haben. Es besteht die Gefahr, dass die Anzahl bereichsübergreifender Krisen stark zunimmt und mit der Digitalisierung der Kommunikation neue Risiken auftreten. Vor diesem Hintergrund möchte die Kommission unterstreichen, wie wichtig es ist, dass sich der Bund auf die Weiterentwicklung von zuverlässigen offiziellen Informationskanälen, die bei der Bevölkerung grosses Vertrauen geniessen, konzentriert und dabei den Chancen und Risiken der neuen Technologien Rechnung trägt.

Gestützt auf die zusammengetragenen Informationen hat die GPK-N beschlossen, ihre Arbeiten in diesem Dossier abzuschliessen. Sie ersucht den Bundesrat, ihre Erwägungen aus diesem Bericht zu berücksichtigen.

26. Juni 2026

Im Namen der Geschäftsprüfungskommission des Nationalrates

Die Präsidentin
Priska Wismer-Felder, Nationalrätin

Die Sekretärin
Ursina Jud Huwiler

Der Präsident der Subkommission
EDI/UEVK:
Thomas de Courten, Nationalrat

Der Sekretär der Subkommission
EDI/UEVK:
Baptiste Ruedin

Für das Sekretariat der GPK:
Nicolas Gschwind

Abkürzungsverzeichnis

BAG	Bundesamt für Gesundheit
BAR	Schweizerisches Bundesarchiv
BBI	Bundesblatt
BBL	Bundesamt für Bauten und Logistik
BK	Bundeskanzlei
DEZA	Direktion für Entwicklungszusammenarbeit
DMA	Zentrum Digitale Medien der Armee
DTI	Digitale Transformation und Innovation
EDA	Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten
EDI	Eidgenössisches Departement des Innern
EFD	Eidgenössisches Finanzdepartement
EFV	Eidgenössische Finanzverwaltung
EJPD	Eidgenössisches Justiz- und Polizeidepartement
FinDel	Finanzdelegation der eidgenössischen Räte
FK	Finanzkommissionen der eidgenössischen Räte
GPK-N	Geschäftsprüfungskommission des Nationalrates
GS	Generalsekretariat
Kap.	Kapitel
KID	Konferenz der Informationsdienste des Bundes
LBA	Logistikbasis der Armee
NAF	Nationalstrassen- und Agglomerationsverkehrs-Fonds
NFB	Neues Führungsmodell für die Bundesverwaltung
Po.	Postulat
PVK	Parlamentarische Verwaltungskontrolle
RVOG	Regierungs- und Verwaltungsorganisationsgesetz vom 21.3.1997 (SR 172.010)
RVOV	Regierungs- und Verwaltungsorganisationsverordnung vom 25.11.1998 (SR 172.010.1)
SBFI	Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation
SECO	Staatssekretariat für Wirtschaft
SiK-N	Sicherheitspolitische Kommission des Nationalrates
UVEK	Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation
VBS	Eidgenössisches Departement für Verteidigung, Bevölkerungsschutz und Sport
VZÄ	Vollzeitäquivalente
WBF	Eidgenössisches Departement für Wirtschaft, Bildung und Forschung
ZEM	Zentrum für elektronische Medien
Ziff.	Ziffer

Verzeichnis der angehörten Personen

Balmer, Sandra	Leiterin Stabsdienste und Grundsatzfragen, EFV
Eggenberger, Ursula	Leiterin Sektion Kommunikation, BK
Iseli, Hans-Peter	Leiter Digitale Medien der Armee (<i>zum Zeitpunkt der Anhörung</i>)
Siegenthaler, Rolf André	Leiter der LBA
Simonazzi, André	Vizekanzler und Bundesratssprecher, BK (<i>zum Zeitpunkt der Anhörung</i>)

Anhang I

Entwicklung der Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit zwischen 2019 und 2024

Quelle: Staatsrechnung¹¹³

Anteil der Öffentlichkeitsarbeit am gesamten Personal-, Sach- und Betriebsaufwand

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Anteil	0,7 %	0,8 %	0,9 %	0,8 %	0,8 %	0,7 %

Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit (in Mio. Franken)

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
BK	7,7	8,1	8,7	8,5	9,0	9,6
EDA	6,8	7,1	8,4	9,6	8,8	8,7
EDI	16,5	29,2	36,7	25,2	22,8	15,6
EJPD	4,7	5,1	5,8	5,7	5,7	6,3
VBS	22,6	20,3	20,8	21,3	26,4	24,5
EFD	10,8	10,8	11	11,2	11,1	10,9
WBF	9,9	12,9	12,8	14	13,0	13,5
UVEK	8,6	8,7	8,9	8,5	8,4	9,1
NAF ¹¹⁴	3,6	3,5	5,5	4,1	5,4	7,2
Total	91,2	105,5	118,8	108,0	110,5	105,5

¹¹³ Bis 2022: Staatsrechnung, Band 1, Kap. 5 («Spezialthemen»); seit 2023: Staatsrechnung, Band 1B, Kap. D («Spezialthemen»)

¹¹⁴ Nationalstrassen- und Agglomerationsverkehrsfonds. Die Umsetzung der Kommunikationsprojekte zum NAF ist Gegenstand einer gesonderten Finanzaufsicht durch der Eidgenössischen Finanzkontrolle.

Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit nach Tätigkeitsbereich

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Presse- und Informationsarbeit	28,4	30,4	31,3	32,2	31,9	32,3
Direkte Information	50,3	50,8	60,1	59,1	65,6	65,6
Abstimmungskampagnen und -informationen	12,5	24,3	27,4	16,8	13,0	7,6
Total	91,2	105,5	118,8	108,0	110,5	105,5

Personalaufwand im Bereich Öffentlichkeitsarbeit (in Mio. Franken)

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
BK	4,0	4,2	4,2	4,9	5,4	5,7
EDA	3,9	4,6	5,7	6,0	6,0	6,2
EDI	8,5	8,9	12,6	12,4	11,3	10,7
EJPD	4,3	4,6	5,0	5,0	5,1	5,5
VBS	15,8	15,0	14,3	14,9	15,5	17,8
EFD	9,0	9,5	9,6	9,5	9,4	9,2
WBF	7,7	9,5	9,2	9,1	8,8	10,1
UVEK	7,1	7,2	7,6	7,4	7,4	8,1
Total	60,3	63,6	68,2	69,2	68,9	73,3
Anteil an Gesamt- kosten Öffent- lichkeits- arbeit	66,1 %	60,3 %	57,4 %	64,1 %	62,4 %	69,5 %

*Erläuterungen des Bundesrates*¹¹⁵: Die Verwaltungseinheiten ermitteln mindestens einmal jährlich (z. B. durch Umfrage oder Schätzung) pro Berufskategorie die Stellenprozente, welche die Departemente (GS und 41 Ämter) sowie die Bundeskanzlei, einschliesslich der Übersetzungsleistungen in alle Landessprachen, für die Öffentlichkeitsarbeit eingesetzt haben.

¹¹⁵ Schreiben des Bundesrates vom 16.8.2023 an die GPK-N (*nicht veröffentlicht*)

Anhang 2

Kostenkontrolle und Steuerung der Kostenentwicklung im Bereich Öffentlichkeitsarbeit bei den Departementen und der Bundeskanzlei

Quelle: Schreiben des Bundesrats an die GPK-N vom 15.3.2024

BK

«In der BK gibt die Geschäftsleitung den Sektionen jährlich Ziele vor, die aus der Strategie der BK abgeleitet sind. Zudem verabschiedet sie einen Produktkatalog mit Aufgaben, welche die Sektionen erfüllen müssen. Damit die finanziellen Vorgaben respektive das Globalbudget eingehalten werden kann, erfolgt in den periodischen Planungs- und Controllingprozessen eine Abstimmung der Ziele und Aufgaben mit den vorhandenen Ressourcen. Stellen- und Projektanträge müssen bei der Geschäftsleitung beantragt werden.»

EDA

«Das EDA hat die Kommunikation zentralisiert im Generalsekretariat (GS). Die Kommunikation verfügt über kein eigenes Budget, sondern klärt alle Kostenfragen mit dem Finanzverantwortlichen des GS. Daher sind die Kostentransparenz und die Einsparung von Kosten ein permanentes Thema bei der Kommunikation EDA und die Sensibilität für effizienten Mitteleinsatz entsprechend hoch. Die Wiederbesetzung vakanter Stellen muss zudem von der Geschäftsleitung im GS bewilligt werden.»

EDI

«Im EDI werden die Einhaltung des Globalbudgets und die Befolgung der Kostenziele vom GS in periodischen Planungs- und Controllingprozessen mit den Ämtern thematisiert. Die Festlegung der Gesamtbudgets der Ämter erfolgt nach Anweisungen des GS. Dies geschieht in enger Zusammenarbeit mit den Ämtern, wobei Budgeterhöhungen abgesprochen bzw. koordiniert werden. Die in den Amtszielen mit dem Departementsvorstehenden vereinbarten Zielsetzungen inkl. Kostenzielen setzen Leitplanken für die Schwerpunkte in den Ämtern. Die Kommunikationsziele richten sich nach diesen Zielsetzungen. Die Ämter informieren die Kommunikationsleitung des Departements regelmässig über anstehende Projekte und Schwerpunkte im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit. Die Bewilligung von Stellen oder Projekten in diesem Bereich erfolgt amtsintern im Rahmen der jährlichen Strategie-, Planungs- und Steuerungsprozesse. Stellen und Projekte werden durch die jeweiligen Direktionen bzw. Geschäftsleitungen verabschiedet. Erhöhungen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit, zum Beispiel durch grössere Kampagnen, werden mit dem GS thematisiert, wodurch die Möglichkeit zur Steuerung durch das Departement geschaffen ist.»

EJPD

«Die Kommunikationsdienste im EJPD verfügen entweder über ein eigenes Budget (SEM, FEDPOL) oder erhalten einen Teil aus dem Globalbudget (BJ, GS-EJPD). Die

Einhaltung des Budgets bzw. des Anteils am Globalbudget wird von den Finanzverantwortlichen des GS bzw. der Ämter überwacht. Die letztliche Verantwortung für die Budgets liegt bei der Generalsekretärin oder dem Generalsekretär (für das GS), bzw. bei der Geschäftsleitung der Ämter. Diese verantworten auch die Bewilligung neuer Stellen. Zwecks Kostentransparenz erfassen die Kommunikationsdienste jährlich ihre Ausgaben und begründen diese mittels Berichterstattung zur Staatsrechnung.»

VBS

«Im VBS werden die Ausgaben der Kommunikation, wie alle anderen Ausgabepositionen, im Rahmen des ordentlichen Budgetprozesses geplant und jährlich kritisch hinterfragt. Die Amtsdirektorinnen und Amtsdirektoren sind jeweils für ihr Budget verantwortlich und setzen die Personal- und Sachmittel entsprechend der Notwendigkeit effizient ein. Mittels unterjährigem Finanz- und Personalreporting werden die Ausgabenentwicklungen monatlich überwacht und bei Handlungsbedarf notwendige Massnahmen eingeleitet. Die gewonnenen Erkenntnisse fliessen in den nächsten Budgetprozess ein, so dass die Ausgaben optimiert gesteuert werden können. Die Erfassung und Kommentierung der Kosten der Öffentlichkeitsarbeit dient neben der Schaffung von Transparenz als internes Controllinginstrument, welches bei der Steuerung der Ausgaben hilft. In Anbetracht der vorhandenen finanziellen Mittel werden Aktivitäten priorisiert, optimiert, zentralisiert oder gestrichen. So verzichtet die Gruppe Verteidigung aufgrund der angespannten finanziellen Situation auf die für 2024 und 2025 geplanten Grossanlässe AirSpirit 24 und DEFENSE 25 sowie weitere Veranstaltungen.»

EFD

«Das EFD plant die Kosten der Kommunikation im Rahmen des ordentlichen Budgetprozesses und stellt ein regelmässiges Controlling sicher. Die Wieder- oder Neubesetzung von Stellen sowie Projekte müssen von der Generalsekretärin beziehungsweise einem Mitglied der Geschäftsleitung bewilligt werden. Der Einsatz von Personal- und Sachmitteln wird aus einer Gesamtsicht des Departements abgewogen und regelmässig kritisch überprüft. Die effektiven Kosten der Kommunikation EFD werden in einem jährlichen Reporting ausgewiesen, die Einhaltung des Budgets wird auch unterjährig regelmässig kontrolliert.»

WBF

«Das WBF thematisiert die mittel- und langfristige Kostenentwicklung im Kommunikationsbereich mindestens einmal jährlich mit seinen Ämtern: Im Rahmen des Rechnungsabschlusses werden die Aufwände für Öffentlichkeitsarbeit separat ausgewiesen und Abweichungen gegenüber dem Vorjahr begründet. Die Reportings aller Verwaltungseinheiten werden im GS zusammengeführt und analysiert. Auch im Rahmen der Budgetprozesse oder bei Wieder- bzw. Neubesetzungen werden die Entwicklung der Kommunikationsaufgaben und deren Kosten thematisiert.»

UVEK

«Im UVEK schliesst die Departementsleitung mit den Ämtern jährliche Leistungsvereinbarungen ab. Sie stellen die Verknüpfung und Umsetzung von politischen und betrieblichen Zielsetzungen sicher. Damit die finanziellen Vorgaben respektive das Globalbudget eingehalten werden, erfolgt in den periodischen Planungs- und Controllingprozessen eine Abstimmung der Ziele und Aufgaben mit den vorhandenen Ressourcen, bspw. müssen Stellen- und Projektanträge bei der Geschäftsleitung beantragt und von ihr genehmigt werden. Diese Prozesse gelten auch für die Kommunikationsabteilungen. Je nach Amtsgrösse, Organisation im Amt und der Themenkomplexität ist die Budgethoheit der Kommunikationsabteilungen im UVEK amtsspezifisch geregelt. Auch ausserhalb des Kommunikationsbudgets finanzierte Ausgaben, z.B. IT-Kosten, werden mit der Kommunikationsabteilung abgestimmt.»