Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Bundeskanzlei BK

Sektion Kommunikation

Fragen und Antworten

Datum: 23. September 2022
Sperrfrist:

Der Instagramaccount @gov.ch

Einige Bundesrätinnen und Bundesräte sind schon auf Instagram. Warum braucht es noch einen Account?

Auf den bestehenden Accounts präsentieren sich einzelne Mitglieder des Bundesrates persönlich oder als Departementsvorsteherinnen oder –vorsteher. Auf @gov.ch wendet sich der Gesamtbundesrat als Gremium an die Bevölkerung. Es ist der Account der Regierung.

Stimmt es, dass für diesen Instagramaccount 10 Personen zusätzlich angestellt wurden?

Das ist nicht korrekt. Zehn zusätzliche Stellen wurden geschaffen für die Umsetzung der vom Bundesrat im Sommer 2021 verabschiedeten «Strategie soziale Medien». Den Anstoss dazu hat die Geschäftsprüfungskommission des Nationalrates gegeben. Sie forderte den Bundesrat auf, das Potenzial sozialer Medien für die Öffentlichkeitsarbeit abzuklären und die Einrichtung eines audiovisuellen Zentrums zu prüfen, das Leistungen für den Bundesrat und die Departemente erbringt. Mit dieser umfassenden Strategie ergänzt der Bundesrat seine bisherige Medien- und Öffentlichkeitsarbeit. Für die Erstellung zusätzlicher Inhalte und Leistungen im audiovisuellen Bereich, für die sozialen Medien und die internationale Kommunikation braucht es eine personelle Aufstockung. Von den zehn zusätzlichen Stellen sind sechs bei den Departementen angesiedelt und vier bei der Bundeskanzlei für zentrale Arbeiten. Der Nationalrat hat im Rahmen der Verabschiedung des Budgets im Dezember 2021 über diese zehn Stellen debattiert und sie gemäss Voranschlag bewilligt.

Und was machen diese zehn neuen Mitarbeitenden konkret?

Die Stellen werden überall in bestehende Teams integriert. Mit ihnen können insbesondere die folgenden Tätigkeiten wesentlich ausgebaut werden:

- Modernisierung: Erstellung von audiovisuellen Formaten (Videos, Fotos, Fotogalerien, Illustrationen, Gifs, Infografiken, …) für alle Kommunikationskanäle von Bundesrat und Departementen.

- Themenplanung in Koordination mit den Departementen und dem audiovisuellen Zentrum: Auswahl der Themen für die Kommunikation in den sozialen Medien, Entscheidung über die Form: Explainer, Videostatement, Infografik, Quiz. Setzung von Schwerpunkten.

- Erstellung von Inhalten und Koordination mit den Departementen; Aufbereitung der wichtigsten Entscheide, Geschäfte und Tätigkeiten in den verschiedenen Sprachen.

- Kanalbewirtschaftung: Bestehende Kanäle von Bundesrat und Departementen stärken. Zusätzliche Kanäle: Instagramkanal @gov.ch und ab 2023 englischsprachiger Twitterkanal für die international ausgerichtete Kommunikation des Gesamtbundesrates. Monitoring der Kommentare dieser Kanäle. Interaktion mit den Userinnen und Usern.

- Weiterentwicklung: Prüfung des Einsatzes neuer Technologien in der digitalen Kommunikation, Modernisierung des Webauftrittes und der Medienmitteilungen von Bundesrat und Departementen, Abklärung des Potenzials neuer Plattformen für die Regierungskommunikation, Evaluation der rechtlichen Grundlagen der Kommunikation in den sozialen Medien.

Was kostet der Betrieb dieses Accounts?

Die bestehende Kommunikation für Medien- und Öffentlichkeitsarbeit wird in den sozialen Medien gestärkt und erweitert (siehe vorige Antwort). Dafür werden bestehende Teams ausgebaut und mit neuen Aufgaben betraut; Bei der Aufarbeitung der Informationen auf den Webseiten, an die Medien und für die sozialen Medien werden Synergien genutzt. Daher lässt sich der Aufwand nicht genau beziffern. Der Sachaufwand ist vernachlässigbar, da der Account selber keine Investitionen verursacht.

Auf Instagram werden vor allem schöne Fotos und Videos geteilt. Was hat der Bundesrat da zu suchen?

Instagram ist längst viel mehr. Viele Staats- und Regierungschefs wenden sich auf dieser Plattform an ein breites Publikum. Schon 2018 waren über 80 Prozent der in der UNO vertretenen Regierungen auf Instagram.[1]

Wird der Bundesrat in einen Dialog mit den Userinnen und Usern treten?

Soziale Medien leben von der Interaktion. Aufrichtige Fragen von Userinnen und Usern zu den geposteten Inhalten sollen deshalb wenn möglich beantwortet werden. Auf @gov.ch sollen auch die interaktiven Storyelemente von Instagram genutzt werden. In welchem Umfang und welcher Form sich der Bundesrat darüber hinaus auf Instagram mit der Bevölkerung austauschen kann, ist noch offen.

Welche Ziele verfolgt der Bundesrat mit diesem Instagramaccount?

Der Einfluss der sozialen Medien auf die Meinungsbildung nimmt zu. Der Bundesrat möchte Teile der Bevölkerung mit seinen Informationen versorgen, die er auf anderen Kanälen kaum mehr erreichen kann. In den sozialen Medien kursieren überdies viele Falschinformationen. Bundesrat und Bundesverwaltung können mit ihrer Präsenz unverfälschte Informationen zur Verfügung stellen und so dazu beitragen, Desinformationskampagnen einzudämmen.

Warum Instagram und nicht zum Beispiel Facebook?

Der Bundesrat möchte mit dem neuen Account primär ein jüngeres Publikum erreichen. Und bei diesem ist Instagram mit Abstand die beliebteste Plattform für Newszwecke: 38 Prozent der 18-24jährigen nutzen Instagram dafür.[2] Instagram ist die Plattform, die von 86 Prozent der 15-24jährigen genutzt wird und liegt klar an der Spitze; die Nutzung von Facebook sinkt in dieser Altersgruppe hingegen seit einigen Jahren und liegt bei nur noch 30 Prozent.[3]

Plant der Bundesrat weitere Accounts auf anderen Plattformen, zum Beispiel auf TikTok?

Neben dem Twitteraccount des Bundesratssprechers, der sich primär an ein inländisches Publikum richtet, sieht die «Strategie soziale Medien» einen zweiten

[1] Quelle: World leaders on Instagram, BCW, November 2018.

[2] Quelle: Jahrbuch Qualität der Medien 21, Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft fög, Universität Zürich.

[3] Quelle: Digi-Monitor 2021, Interessengemeinschaft elektronische Medien IGEM.

Account auf Twitter in englischer Sprache vor, der sich an ein internationales Publikum wendet (Regierungen, interessierte Kreise, Medien). Die Stelle für die Kommunikation von Themen des BR mit internationaler Bedeutung muss noch besetzt werden. Weitere Accounts oder eine Ausweitung des Angebots auf weitere Plattformen sind derzeit zwar nicht geplant, doch die sozialen Medien entwickeln sich schnell und unvorhersehbar und es ist mit Anpassungen zu rechnen, wenn die Regierungskommunikation effizient bleiben und ihre Ziele erreichen soll.

Ist also mit einem Ausbau der «Strategie soziale Medien» zu rechnen?

Nein. Die Strategie sieht vor, dass die Kommunikation des Bundesrates mit den Entwicklungen in den sozialen Medien Schritt hält. Dafür ist kein personeller Ausbau geplant.

Arbeitet der Bund mit externen Agenturen zusammen, um den Instagramaccount zu bespielen?

Nein.

Woran erkennt man, dass man auf Instagram wirklich beim Bundesrat ist und nicht auf einem Fakeaccount?

Der Account des Bundesrates heisst @gov.ch. Die Kanäle von Regierungen und anderen Institutionen werden von Instagram zertifiziert: Ein weisses Häkchen auf blauem Grund neben dem Kanalnamen zeigt an, dass es sich um einen offiziellen Account handelt.