Signatur:	2025.SR.0268
Geschäftstyp:	Interpellation
Erstunterzeichnende:	Thomas Hofstetter (FDP)
Mitunterzeichnende:	Nik Eugster, Chantal Perriard, Ursula Stöckli, Simone Richner, Oliver Berger
Einreichedatum:	11. September 2025

Interpellation: Wie viele Kommunikations- und Marketing-Mitarbeitende arbeiten in der Verwaltung der Stadt Bern?

Fragen

Der Gemeinderat wird um Beantwortung folgender Fragen gebeten:

1. Wie viele interne Kommunikations- und Marketing-Mitarbeitende (Fachleute für interne und externe Kommunikation, für allgemeine und digitale Marketingaktivitäten, für Betreuung von Websites und Social-Media-Kanälen, für Content-Erstellung, für das Verfassen von Pressemitteilungen und Newslettern, für das Organisation von Events und Medienauftritten, etc.) arbeiten in der Stadt Bern – und zwar aufgeteilt nach Direktionen und Vollzeitäquivalent?
2. State of the art ist, dass in Städten mit einer Komplexität wie der Stadt Bern, eine Kommunikations- und Marketing-Mitarbeitende pro 10000 Einwohnerinnen kommen sollte. Bei der Stadt Bern sollten deshalb höchstens 15 Kommunikations- und Marketing-Mitarbeitende angestellt sein. Falls dies – gemäss Antwort auf Frage eins - mehr wären, würde der Gemeinderat Korrekturmassnahmen in Betracht ziehen und falls ja, welche?

Begründung

Marketing- und Kommunikationsmitarbeitende sind für die Stadt Bern in der heutigen Zeit wichtig. Trotzdem – und auch wegen der finanziellen Schieflage – muss die Anzahl dieser Personen laufend überprüft werden. In der Privatwirtschaft wird bei Krisen immer zuerst beim Marketing und der Kommunikation eingespart. Bei der öffentlichen Verwaltung sollte es ähnlich sein.

Antwort des Gemeinderats

Zu Frage 1:

In der Stadtverwaltung nehmen neben jenen Mitarbeitenden, die sich ausschliesslich um die in der Frage umrissenen Kommunikations- und Marktingaktivitäten kümmern, mehrere Mitarbeitende solche Tätigkeiten als eine zu ihrer Funktion gehörende Teilaufgabe wahr. Aus diesem Grund werden nachfolgend, aufgeteilt nach Direktionen und Vollzeitäquivalent, nicht die Anzahl der Mitarbeitenden, sondern die für die fraglichen Aufgaben eingesetzten Stellenprozente ausgewiesen. Die Angaben basieren auf eigens für die Beantwortung der vorliegenden Interpellation erfolgten Auswertungen von Stellenprofilen durch die Direktionen.

Für Kommunikations- und Marketing-Aktivitäten verwaltungsintern eingesetzte Stellenprozente:

Verwaltungseinheit	**Stellenprozente**
Parlamentsdienste	0 %
Fach- und Aufsichtsstelle Datenschutz	0 %
Ombudsstelle	0 %
Finanzkontrolle	10 %
Stadtkanzlei	0 %
Informationsdienst	550 %
Präsidialdirektion	380 %
Direktion für Sicherheit, Umwelt und Energie	570 %
Direktion für Bildung, Soziales und Sport	350 %
Direktion für Tiefbau, Verkehr und Stadtgrün	400 %
Direktion für Finanzen, Personal und Informatik	200 %
Stadtverwaltung total	**2 685 %**

Zu Frage 2:
Information und Kommunikation ist eine Kernaufgabe der öffentlichen Hand. Der demokratische Staat hat eine Informationspflicht. Das Gesetz vom 2. November 1993 über die Information und die Medienförderung (IMG; BSG 107.1) schreibt vor, dass auch Gemeinden die Öffentlichkeit über Leistungen, Tätigkeiten und Beschlüsse von Exekutive und Verwaltung zu orientieren haben. Behörden müssen Herausforderungen frühzeitig darlegen und benennen, die öffentliche Debatte ermöglichen und lancieren, unter anderem indem sie Beschlüsse nachvollziehbar vermitteln. Der Bedarf an Kommunikationsstellen in der Verwaltung ergibt sich aus den zu erfüllenden Aufgaben und nicht nach einem starren Schlüssel. Die Arbeit der Stadtverwaltung im Dienst der Öffentlichkeit bedingt eine angemessene Kommunikation – unabhängig vom konjunkturellen Verlauf. Die Stadtverwaltung ist kein privatwirtschaftliches Unternehmen, das seine Kommunikationsaktiviäten am Markt ausrichtet. Der Gemeinderat sieht keine Anzeichen für eine Überdotierung der Stadtverwaltung im Bereich Kommunikation und hält deshalb auch keine weiteren Massnahmen für nötig.

Bern, 17. Dezember 2025

Der Gemeinderat