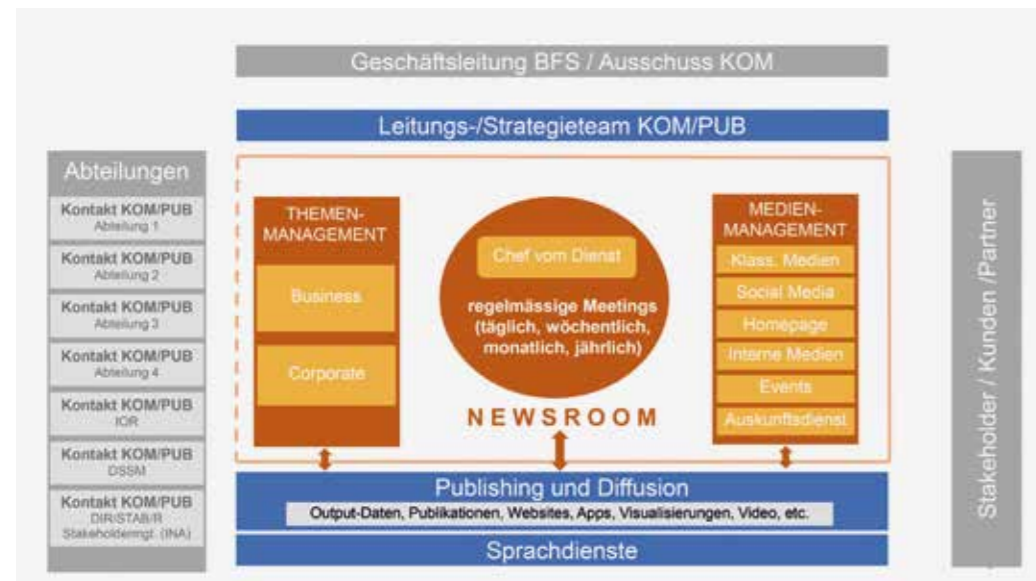


HarbourClub

Neuer BFS-Newsroom mit «Linienschiffen» und «Schnellbooten»

Im August 2022 lancierte das Bundesamt für Statistik (BFS) seinen Newsroom. Die Kommunikations- und Publishing-Abteilung mit ihrem grossen News-Output und ihrer enormen Reichweite und Perzeption über die Grenzen der Schweiz hinaus kann so ihre Kommunikationsaktivitäten besser steuern. Dabei wird am Sitz am Neuenburgersee auch zwischen kommunikativen Bootstypen unterschieden.

Text: **Urs Frei** Bilder: **BFS**



Im Newsroom des Bundesamts für Statistik.

«Bonjour à toutes et à tous. Bienvenues au premier Daily!» Mit diesen Worten eröffnete Xavier Studer, BFS-Medienchef, am 2. August 2022 das erste Morgenmeeting des Newsrooms. Eine Entwicklung, die rund ein-einhalb Jahre gedauert hatte, fand ihren ersten Höhepunkt.

Das BFS ist seit über 160 Jahren zuverlässiger Lieferant wichtiger Entscheidungshilfen für Politik, Behörden und Bevölkerung in der Schweiz. Gesamthaft werden pro Jahr über 130 Medienmitteilungen in vier Sprachen und rund 300 Newsmails in drei Sprachen an einen wachsenden Kreis von Stakeholdern verschickt. Dazu kommen weitere Kanäle wie die BFS-Website und die Social-Media-Kanäle. In den letzten Jahren kamen mit der Datenbewirtschaftung und Datenwissenschaft zwei weitere Aufgabengebiete des Amtes dazu. Dies wurde Ende 2020 zum Anlass genommen, vertiefter über einen integrierteren Kommunikationsansatz nachzudenken und ein entsprechendes Projekt, begleitet durch die ZHAW, zu starten.

Die Abteilung KOM/PUB hat ein neues Zielbild entworfen mit sechs übergreifenden strategischen Kommunikationszielen. Die Erreichung des Zielbildes verlangte nach einer veränderten Organisation von KOM/PUB sowie einer neu definierten Zusammenarbeit mit den Fachabteilungen und weiteren Organisationseinheiten, weil dort die Mehrheit des Contents erstellt wird. Diese Inhalte wurden als sogenannte kommunikative «Linienschiffe», die nach Fahrplan verkehren, eingestuft. Diese Ab-

teilungen leisten als Teil ihrer Aufgabe auch eine Beobachtung der entsprechenden Stakeholderlandschaft. Doch wie fließen diese Informationen besser? Daraus leitete sich ein weiterer Schwerpunkt der Zielsetzung ab, nämlich besser und schneller auf Bedürfnisse des Informationsmarktes reagieren zu können. Dazu braucht es kommunikative «Schnellboote», die ausserplanmässig verkehren können. Und noch eine letzte und nicht unerhebliche Rahmenbedingung war gegeben: Jegliche Änderungen mussten kostenneutral umgesetzt werden.

«Das BFS ist seit über 160 Jahren zuverlässiger Lieferant wichtiger Entscheidungshilfen.»

BFS-Newsroom als Innovation

Die Arbeitsgruppe hat einen Newsroom-Ansatz gewählt und ihn für seine Bedürfnisse angepasst. Eine Besonderheit war die Integration des Teilbereiches Publishing, welcher vergleichbar mit einem Verlagsbetrieb ist. Dies ist in den gängigen Newsroom-Modellen nicht vorgesehen.

Und so wurde es umgesetzt: Der virtuelle Newsroom besteht aus folgenden Teilsystemen und Funktionen (siehe Grafik). Das Themenmanagement plant und koordiniert öffentlichkeitsrelevante Themen, greift aktiv aktuelle Themen auf und bearbeitet diese. Es

ist zudem zuständig für die Output-Planung im BFS. Im Medienmanagement werden die Inhalte über die verschiedenen Medien beziehungsweise Kanäle an die Zielgruppen ausgespielt. Die Sektion Publishing und Diffusion sowie die Sprachdienste unterstützen mit ihren jeweiligen Kompetenzen die grafische und textliche Aufbereitung der Kommunikationsprodukte. Die Funktion Chef vom Dienst (CvD) leitet die regelmässigen Newsroom-Sitzungen und entscheidet bei Meinungsverschiedenheiten über den einzuschlagenden Weg. Die Kontaktpersonen in den Fach- und weiteren Abteilungen sind Ansprechpartner im Newsroom und nehmen zumindest teilweise an den Planungsmeetings teil.

Erste positive Erfahrungen – neue Informationsleistungen

Die ersten Erfahrungen sind positiv. Die Zusammenarbeit konnte verbessert werden. Informationsbedürfnisse der Öffentlichkeit, die besonders an Aktualität gewonnen haben wie der Konflikt in der Ukraine oder die Inflation wurden mit besonderen Informationsleistungen (zum Beispiel spezielle «Schnellboot»-Microseiten) beantwortet. Auch die Social-Media-Kanäle wurden verstärkt bespielt. Das längerfristige Ziel dieser Abenteuerreise ist es, mittels eines amtsweiten integrierten Kommunikationsansatzes (Input – Throughput – Output – Feedback) einen weiteren Integrations Schritt zu machen. Weiter geht's: Schiff ahoi!

Zur Person

Urs Frei ist seit 2020 Leiter Kommunikation und Publishing des Bundesamtes für Statistik (BFS). Davor hatte er leitende Positionen in der Bierbranche, der Industrie, der Energie-, der Personaldienstleistungs- und der Finanzbranche. Er ist seit zwölf Jahren Mitglied des HarbourClubs (Vereinigung der Chief Communications Officers der Schweiz) und präsidiert den mit über 20 000 Mitgliedern grössten Aviatikpartenverband der Schweiz, den Schweizerischen Hängegleiter-Verband (Delta- und Gleitschirm-piloten).

Über das Bundesamt für Statistik (BFS)

Das BFS ist das nationale Kompetenzzentrum der öffentlichen Statistik der Schweiz. Es produziert und publiziert statistische Informationen über den Stand und die Entwicklung von Bevölkerung, Wirtschaft, Gesellschaft, Bildung, Forschung, Raum und Umwelt.

Darüber hinaus ist das BFS für das Projekt «Nationale Datenbewirtschaftung» (NaDB) zuständig. Als drittes Aufgabengebiet ist derzeit ein Kompetenzzentrum für Datenwissenschaft (DSCC) im Aufbau. Dieses stellt als Dienstleistungsanbieter innerhalb der Bundesverwaltung dem öffentlichen Sektor und den Verwaltungen der Schweiz sein Fachwissen im Bereich Datenwissenschaft zur Verfügung.

Das Bundesamt für Statistik gehört zum Eidgenössischen Departement des Innern (EDI) und befindet sich in Neuchâtel.