

An den

EINWOHNERRAT EBIKON

25/33

Beantwortung schriftliche Anfrage Claudia Hermann und Mitunterzeichnende über aktive Nutzung sozialer Medien durch die Gemeindeverwaltung

Eingang Schriftliche Anfrage	16.06.2025
Zuständiges Ressort	Präsidiales

Herr Präsident

Sehr geehrte Damen und Herren

A. Wortlaut der schriftlichen Anfrage

Die digitale Kommunikation hat sich in den letzten Jahren rasant verändert. Klassische Informationskanäle wie Webseiten oder Mitteilungsblätter reichen heute nicht mehr aus, um eine breite Bevölkerungsschicht zu erreichen - insbesondere nicht die jüngeren Generationen. Diese Zielgruppen orientieren sich primär über kurze, visuelle Inhalte auf Plattformen wie Instagram, Facebook, YouTube oder TikTok.

Ein erster Schritt in Richtung moderner Kommunikation wurde mit der Ebikon-App und einem LinkedIn-Auftritt gemacht - diese Initiativen sind erfreulich und verdienen Anerkennung. Allerdings handelt es sich hierbei um Kanäle, die eher eine erwachsene oder professionelle Zielgruppe ansprechen. Die zentrale demografische Gruppe der Jugendlichen und jungen Erwachsenen bleibt damit weitgehend unberührt.

Das Beispiel von der Stadt Luzern, insbesondere der Bereich Stadtgrün, sowie auch die Feuerwehr Ebikon-Dierikon zeigen eindrücklich, wie durch kreative, niederschwellige und authentische Inhalte auf sozialen Medien grosse Reichweiten, positives Feedback und ein modernes Image aufgebaut werden können. In Luzern entstehen viele der Inhalte in Zusammenarbeit mit Lernenden - eine niederschwellige, kostengünstige und gemeinschaftlich gestaltete Lösung.

Auch in Ebikon gäbe es zahlreiche attraktive Inhalte, die sich für die Social-Media-Kommunikation eignen würden:

- *Die Begleitung des Neubaus des Schulhauses Höfli*
- *Die Präsentation der interessanten Arbeiten der Mitarbeitenden der Verwaltung*
- *Das Vorstellen vieler Abteilungen wie Werkdienst, Gesellschaft, JuFa, Bibliotheken, Tagesstrukturen usw.*

- Die landschaftliche Schönheit des Rotsees, die sehenswerte Renaturierung entlang der Ron, Ausschnitte vom Höhenweg oder die fantastische Weitsicht auf der Äbrüti
- Traditionsreiche Anlässe wie die Fasnacht, Chilbi oder der Samichlaus Auszug

Durch eine gezielte Imagepflege auf sozialen Medien könnte sich Ebikon als moderne, lebenswerte Gemeinde präsentieren und insbesondere als attraktive Arbeitgeberin positionieren. Dies ist in Zeiten des Fachkräftemangels - auch in der öffentlichen Verwaltung - von zunehmender Bedeutung. Besonders in der Berufsorientierungsphase könnten Jugendliche so niederschwellig angesprochen und für eine Laufbahn in der Gemeindeverwaltung begeistert werden.

1. Welche Strategie verfolgt der Gemeinderat im Bereich der Social-Media-Kommunikation zur Erreichung der jüngeren Bevölkerung und zur Imagepflege der Gemeinde Ebikon bei dieser Altersgruppe?

2. Ist eine Erweiterung des bestehenden digitalen Auftritts auf visuelle und reichweitenstarke Plattformen wie Instagram, YouTube oder Facebook geplant - und falls ja, in welchem Zeithorizont?

3. Welche organisatorischen oder finanziellen Ressourcen wären nötig bzw. bereits vorhanden, um Social-Media-Aktivitäten systematisch aufzubauen (z. B. durch Begleitung eigener Lernenden oder externe Partnerschaften)?

4. Wie beurteilt der Gemeinderat den kommunikativen Nutzen eines aktiven Auftritts auf sozialen Medien in Bezug auf:

- Öffentlichkeitsarbeit,
- Nachwuchsförderung (Lernende),
- Standortmarketing,
- Stärkung der lokalen Identität?

5. Ist der Gemeinderat bereit, weitere soziale Medien zu prüfen (in Zusammenarbeit/unter Begleitung mit Lernenden) und der Öffentlichkeit gezielt Einblicke in das Leben und Arbeiten in Ebikon zu gewähren?

6. Betreffend Sicherheit/Netiquette

Steht der Gemeinderat im Austausch mit umliegenden Gemeinden/K5 betreffend Sicherheit/Netiquette mit neuen sozialen Medien?

B. Stellungnahme des Gemeinderates

1. Einleitung

Der Gemeinderat misst der internen und externen Kommunikation grosse Bedeutung bei. Er verfolgt eine offene Kommunikationspolitik mit dem Ziel, auf den bespielten Kanälen einheitlich, verständlich und einfach zu kommunizieren. So soll Vertrauen geschaffen werden. Die kommunikativen Leitlinien wurden 2021 im Rahmen einer Masterarbeit festgelegt. Diese lassen sich folgend zusammenfassen: Inhalte sollen konsistent, transparent und lösungsorientiert sein.

Die offiziellen Kanäle der Gemeinde Ebikon umfassen folgende digitalen und analogen Plattformen:

- Webseiten: ebikon.ch, jene der Gemeindeinstitutionen und die Arbeitgeberplattform jobs.ebikon.ch
- Informationskanäle: App Ebikon Aktuell, Medienmitteilungen, interne Mitteilungen, Personalinfo, Mitarbeitenden-Magazin, Youtube-Kanal
- Austauschformate: Forum Äbike (internes Format)
- Social Media: LinkedIn-Profil der Verwaltung und Instagram-Profil der Jugendarbeit Phönix
- Berichte & Anträge, welche der Bevölkerung öffentlich zugänglich sind.
- Zusätzlich plant der Gemeinderat ab 2026 ein gedrucktes Gemeindemagazin, das zweimal jährlich erscheint. Die ehemalige Schulpost wird in diesem Gemeindemagazin integriert.

Die heutige Kommunikationsstelle ist mit dem bestehenden Aufgabengebiet umfassend ausgelastet. Zusätzliche ständige Aufgaben sind mit den verfügbaren Ressourcen nicht umsetzbar.

Der Gemeinderat hat weitere Stellenprozente geprüft, sich jedoch angesichts der aktuellen Finanzlage entschieden, für das Budget 2026 keine Erweiterung im Bereich Kommunikation zu beantragen.

2. Beantwortung der Fragen

1. Welche Strategie verfolgt der Gemeinderat im Bereich der Social-Media-Kommunikation zur Erreichung der jüngeren Bevölkerung und zur Imagepflege der Gemeinde Ebikon bei dieser Altersgruppe?

Die Gemeinde Ebikon nutzt verschiedene digitale Kanäle, um gezielt jüngere Zielgruppen anzusprechen. So informiert der Jugendtreff Phönix über Instagram niederschwellig über Angebote für Jugendliche. LinkedIn wiederum dient auch dazu, Berufseinsteigerinnen und -einsteiger sowie junge Fachkräfte anzusprechen und die Verwaltung als attraktive Arbeitgeberin zu positionieren. Im Februar 2025 waren weltweit 47,5 Prozent der LinkedIn-Nutzenden zwischen 25 und 34 Jahren ([Quelle: Statista.com](https://www.statista.com))

Der Gemeinderat hat 2020/21 beschlossen, die Gemeinde gezielt auf LinkedIn zu positionieren. Dort sieht er das grösste Potenzial, um dem im Vorstoss angesprochenen Fachkräftemangel zu begegnen. LinkedIn eignet sich für die Pflege von Geschäftskontakten, die Personalgewinnung und den Aufbau und die Pflege einer Marke als Arbeitgeber.

Die Strategie ist im Dokument «Aufbau einer LinkedIn-Unternehmensseite für die Gemeinde Ebikon» vom 11. Januar 2021 festgehalten (siehe Beilage). Ziel ist es, die Verwaltung als attraktive Arbeitgeberin sichtbar zu machen. Gepostet werden Stellenausschreibungen, Erfolgserlebnisse und Neuerungen aus der Verwaltung. Auf politische Inhalte wird bewusst verzichtet.

Die Gemeinde Ebikon setzt in ihrer Content-Strategie auf Qualität statt Quantität. Themen werden sorgfältig ausgewählt und mit hochwertigem Bild- und Videomaterial umgesetzt. Aktuelle Zahlen belegen den Erfolg dieser Strategie: Vom 1. Mai bis 31. Juli 2025 erreichte Ebikon mit 949 Interaktionen bei 11 Beiträgen die höchste Interaktionsrate im Vergleich mit Emmen, Kriens, Horw und Buchrain. Mit 974 Followerinnen und Followern liegt Ebikon auf Rang zwei hinter Emmen, aber deutlich vor den übrigen Vergleichsgemeinden.

1.Mai 2025 bis 31. Juli 2025				
Unternehmensseite	Follower:innen insgesamt	Neue Follower:innen	Beitragsinteraktionen insgesamt	Beiträge insgesamt
Ebikon	974	89	949	11
Emmen	1181	86	921	24
Kriens	645	63	171	9
Horw	411	30	1	0
Buchrain	356	26	152	6

Tabelle 1: Social-Media-Vergleich auf LinkedIn (1. Mai – 31. Juli 2025)

Quelle: Auswertung LinkedIn-Unternehmensprofile von Ebikon, Emmen, Kriens, Horw und Buchrain

Die Inhalte von Ebikon erzielen im Verhältnis zur Beitragszahl überdurchschnittlich viel Resonanz. Im direkten Vergleich liegt die Gemeinde bei den Interaktionen pro Beitrag klar an der Spitze:

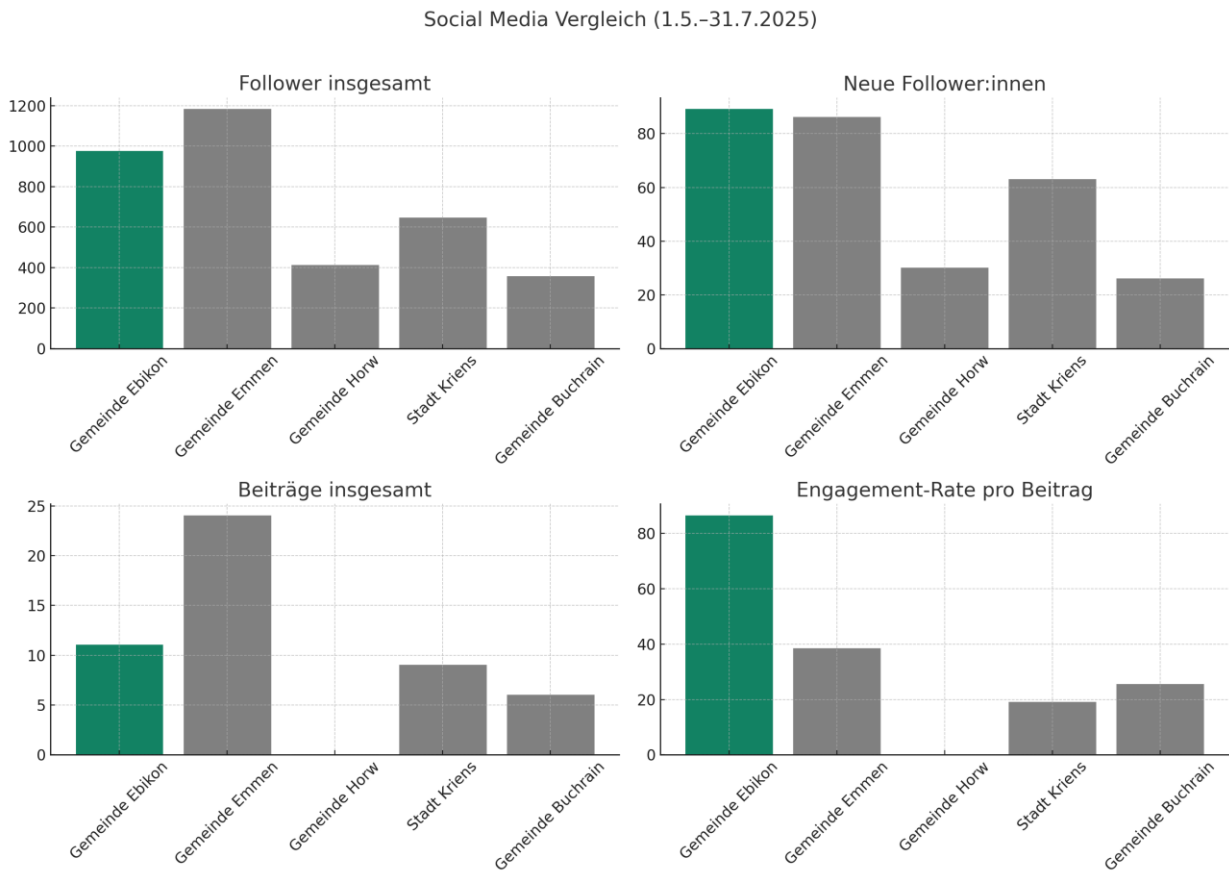


Abbildung 1: Social-Media-Vergleich auf LinkedIn (1. Mai – 31. Juli 2025)

Quelle: Auswertung LinkedIn-Unternehmensprofile von Ebikon, Emmen, Kriens, Horw und Buchrain

Mit dem organisch gewachsenen LinkedIn-Profil und der neuen Arbeitgeberwebseite jobs.ebikon.ch (Start 2. Quartal 2024) konnte die Gemeinde bereits vakante Stellen erfolgreich besetzen.

Lehrstellenkommunikation: Die Gemeinde Ebikon setzt bei der Besetzung von Lehrstellen sekundär auf soziale Medien: Im Frühjahr 2025 wurde beispielsweise ein Video zur KV-Lehre produziert und über Youtube, LinkedIn, die Nachrichten-App Ebikon Aktuell sowie die Webseite verbreitet (Zum Video: [KV-Lehre auf die Gemeinde Ebikon – ein Blick hinter die Kulissen](#)).

Die Gemeinde Ebikon stellt die Berufsbildungen Kaufmann/-frau und Fachmann/-frau Betriebsunterhalt aktiv an Oberstufen im Kanton Luzern vor (Informationstage). Zudem findet auf der Verwaltung jährlich ein Gruppenschnuppertag zum KV-Lehrgang für interessierte Schülerinnen und Schüler an, ergänzend zu den individuellen Schnupperlehren. Mit Erfolg: Die beiden freien Ausbildungsplätze für 2026 konnten bereits mit Wunschkandidierenden besetzt werden. Die Lehrstellen in der Verwaltung konnten in den vergangenen Jahren grossmerheitlich mit qualifizierten Personen besetzt werden.

2. Ist eine Erweiterung des bestehenden digitalen Auftritts auf visuelle und reichweitenstarke Plattformen wie Instagram, YouTube oder Facebook geplant - und falls ja, in welchem Zeithorizont?

Der Bereich Gesellschaft nutzt Instagram bereits heute, um auf Veranstaltungen und Angebote im Jugendtreff Phönix aufmerksam zu machen. Zudem verwendet die Gemeinde Ebikon YouTube als Plattform für eigene Inhalte wie Erklärvideos, Fasnachtsumzüge oder Botschaften aus dem Gemeinderat. Diese Videos werden hauptsächlich über die Website und die Nachrichten-App verbreitet, da dort die meisten Zugriffe erfolgen.

Eine Ausweitung des Social-Media-Auftritts ist derzeit nicht vorgesehen. Die Kommunikationsstelle (90 Stellenprozente) ist mit dem aktuellen Aufgabenspektrum ausgelastet. Weitere Kanäle oder Formate wären nur mit zusätzlichen Ressourcen umsetzbar. Der Gemeinderat setzt deshalb auf gezielte Massnahmen mit grossem Nutzen, insbesondere zur Stärkung einer Marke als Arbeitgeber über LinkedIn.

3. Welche organisatorischen oder finanziellen Ressourcen wären nötig bzw. bereits vorhanden, um Social-Media-Aktivitäten systematisch aufzubauen (z. B. durch Begleitung eigener Lernenden oder externe Partnerschaften)?

Der Gemeinderat steht der Idee offen gegenüber, Lernenden einen eigenen Social-Media-Kanal anzuvertrauen. Voraussetzung hierfür wäre, dass das Engagement freiwillig ist, dem Lehrplan entspricht und zusätzlich zu den regulären Ausbildungsaufgaben geleistet werden kann. Der Kanal müsste dabei klar als Lernenden-Projekt erkennbar sein. Jedoch braucht ein Lernenden-Projekt eine intensive fachliche Begleitung. Lernende haben in der Ausbildung einen Anspruch auf fachliche Unterstützung und werden nicht als günstige Arbeitskräfte verstanden.

Ein wirkungsvoller Social-Media-Auftritt erfordert mehr als das gelegentliche Veröffentlichen von Inhalten. Um strategische Ziele zu erreichen, braucht es fachliche Kompetenz, redaktionelle Sorgfalt und ausreichende personelle Ressourcen. Welche Ressourcen konkret erforderlich wären, lässt sich erst beurteilen, wenn definiert ist, welche zusätzlichen Plattformen zu welchem Zweck und mit welchen Inhalten bespielt werden sollen.

Im Vorstoss wird der Eindruck erweckt, dass ein Grossteil der Inhalte auf den Social-Media-Kanälen der Stadt Luzern von Lernenden produziert wird. Zitat: *„In Luzern entstehen viele der Inhalte in Zusammenarbeit mit Lernenden – eine niederschwellige, kostengünstige und gemeinschaftlich gestaltete Lösung.“*

Dem Gemeinderat liegen dazu keine bestätigten Informationen vor. Eine schriftliche Anfrage beim Kommunikationsteam der Stadt Luzern hat ergeben, dass Lernende keine Inhalte für Social Media erstellen – weder aktuell noch in der Vergangenheit.

Die Stadt Luzern ist auf Facebook, LinkedIn und Instagram präsent. Die Inhalte werden durch eine eigens dafür angestellte Fachperson erstellt, unterstützt durch Projektleitende des Kommunikationsteams und weitere Mitarbeitende. Die schriftlichen Antworten der Stadt Luzern sind der Beantwortung beigelegt.

4. Wie beurteilt der Gemeinderat den kommunikativen Nutzen eines aktiven Auftritts auf sozialen Medien in Bezug auf:

- a) Öffentlichkeitsarbeit,*
- b) Nachwuchsförderung (Lernende),*
- c) Standortmarketing,*
- d) Stärkung der lokalen Identität?*

a) Gemäss der Verordnung zum Informations- und Datenschutz der Gemeinde Ebikon ist der Gemeinderat verpflichtet, die Öffentlichkeit über seine Tätigkeit sowie jene der Verwaltung zu informieren. Die Kanäle Webseite, Nachrichten-App, Medienmitteilungen, Amtsblatt und Anschlagbrett haben sich dafür als geeignet etabliert.

Gleichzeitig erkennt der Gemeinderat an, dass soziale Medien ergänzend einen Beitrag zur Öffentlichkeitsarbeit leisten können. Dies insbesondere dann, wenn Inhalte thematisch gezielt und auf geeigneten Plattformen verbreitet werden. Die Gemeinde publiziert dazu ausgewählte Inhalte mit öffentlichem Interesse auf YouTube und LinkedIn.

b) Ein aktiver Auftritt auf sozialen Medien kann zur Sichtbarkeit als Ausbildungsbetrieb beitragen und so die Gewinnung von Lernenden unterstützen. Die Gemeinde Ebikon nutzt gezielt digitale Kanäle, etwa mit Videos zur KV-Lehre auf YouTube und LinkedIn, um jungen Berufseinsteigerinnen und Berufseinsteigern Einblicke in die Ausbildung zu geben. Aktuell konnten die verfügbaren KV-Lehrstellen in der Verwaltung mit geeigneten Kandidatinnen und Kandidaten besetzt werden.

c) Der Gemeinderat fokussiert im Bereich Wirtschaftsförderung derzeit auf andere Kanäle als soziale Medien. Aktuell erarbeiten der Bereich Wirtschaftsförderung, die Kommunikation und ein externes Grafikbüro eine Übersichtskarte, die potenziellen Unternehmen die Standortvorteile von Ebikon und Umgebung auf einen Blick vermittelt. Die Karte soll ab Herbst 2025 auf den gemeindeeigenen Kanälen sowie in direkten Gesprächen mit interessierten Firmen zum Einsatz kommen. Eine ergänzende Nutzung sozialer Medien im Bereich Standortmarketing wird längerfristig als Option betrachtet.

d) Die Gemeinde nutzt verschiedene Kanäle, um zur lokalen Identität beizutragen. Die neue Nachrichten-App ist gut angelaufen und wird besonders von Vereinen rege genutzt. Auch das geplante Print-Magazin soll künftig identitätsstiftend wirken. LinkedIn ergänzt diese Formate punktuell, etwa durch Einblicke in die Verwaltung oder Ereignisse im Gemeindeleben.

5. Ist der Gemeinderat bereit, weitere soziale Medien zu prüfen (in Zusammenarbeit/unter Begleitung mit Lernenden) und der Öffentlichkeit gezielt Einblicke in das Leben und Arbeiten in Ebikon zu gewähren?

Der Gemeinderat verweist auf die Ausführungen in der Antwort zu Frage 3. Im Grundsatz zeigt er sich offen für neue Kommunikationsformate. Deren Einführung setzt jedoch klare Zielsetzungen, fachliches Know-how, ein durchdachtes inhaltliches Konzept und entsprechende Ressourcen voraus.

*6. Betreffend Sicherheit/Netiquette
Steht der Gemeinderat im Austausch mit umliegenden Gemeinden/K5
betreffend Sicherheit/Netiquette mit neuen sozialen Medien?*

Die Kommunikation der Gemeinde Ebikon steht in regelmässigem Austausch mit Kommunikationsabteilungen anderer K5-Gemeinden, insbesondere im Rahmen gemeinsamer Projekte. Ein expliziter Austausch zum Thema Sicherheit oder Netiquette auf sozialen Medien hat bislang nicht stattgefunden. Aus Sicht des Gemeinderats besteht hierzu derzeit auch kein unmittelbarer Handlungsbedarf.

3. Schlussfolgerung

Der Gemeinderat legt Wert auf eine transparente und verständliche Kommunikation mit der Bevölkerung. Bewährte Kanäle wie die Webseiten, die Nachrichten-App oder LinkedIn werden gezielt eingesetzt und erzielen eine gute Resonanz. Ergänzend prüft der Gemeinderat, inwiefern sich weitere Plattformen sinnvoll nutzen lassen. Voraussetzungen dafür sind klare Zielsetzungen, geeignete Inhalte sowie fachliche und personelle Ressourcen. Weiterentwicklungen steht der Gemeinderat grundsätzlich offen gegenüber, setzt dabei jedoch auf Qualität vor Quantität.

Ebikon, 25. September 2025

Für den Gemeinderat



Hans Peter Bienz
Gemeinde-Vizepräsident



Roland Baggenstos
Gemeindeschreiber